DE GRUYTER
OLDENBOURG

Christian Götter

DIE MACHT DER WIRKUNGSANNAHMEN

MEDIENARBEIT DES BRITISCHEN UND DEUTSCHEN MILITÄRS IN DER ERSTEN HÄLFTE DES 20. JAHRHUNDERTS



VERÖFFENTLICHUNGEN DES DEUTSCHEN HISTORISCHEN INSTITUTS LONDON

"YOUR COUNTRY NEEDS YOU"



Veröffentlichungen des Deutschen Historischen Instituts London

Publications of the German Historical Institute London

Veröffentlichungen des Deutschen Historischen Instituts London

Herausgegeben von Andreas Gestrich

Band 77

Publications of the German Historical Institute London

Edited by Andreas Gestrich

Volume 77

Christian Götter

Die Macht der Wirkungsannahmen

Medienarbeit des britischen und deutschen Militärs in der ersten Hälfte des 20. Jahrhunderts



ISBN 978-3-11-044824-5
e-ISBN (PDF) 978-3-11-045220-4
e-ISBN (EPUB) 978-3-11-044976-1
ISSN 2192-0257



Library of Congress Cataloging-in-Publication Data
A CIP catalog record for this book has been applied for at the Library of Congress.

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek
Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über http://dnb.dnb.de abrufbar.

Titelbild: London opinion “Your country needs you”/Alfred Leete‘ © Library of Congress Prints and Photographs Division Washington, D.C.
Einbandgestaltung: hauser lacour
Druck und Bindung: Hubert & Co. GmbH & Co. KG, Göttingen
♾ Gedruckt auf säurefreiem Papier
Printed in Germany

www.degruyter.com.

Inhalt

Für meine Eltern,
Ilse und Rolf Götter.

1. Einleitung: Militärische Medienbeziehungen

Am Anfang des 20. Jahrhunderts begann der First Sea Lord der Royal Navy, Admiral Sir John Fisher, die britische Marine nach seinen Vorstellungen zu reformieren. Um seine Reformen in der Marine, im Parlament und in der Öffentlichkeit durchsetzen zu können, zählte er auf Kontakte zu ausgewählten Medienvertretern. Später schrieb er: „*Without the Press it couldn't all have been done!*“[1] Ein halbes Jahrhundert später konnten die Stabschefs der britischen Teilstreitkräfte[2] auf ausgewiesene Spezialabteilungen zurückgreifen, wann immer sie mit den Medien interagieren wollten. Im Kalten Krieg bestand hieran ein gesteigertes Interesse. Großadmiral Bruce Fraser brachte dies im Oktober 1949 auf den Punkt, als er festhielt „that much more can be done by propaganda and other means to develop the offensive in the Cold War.“ Nicht zuletzt müsse der „Communist press and propaganda“ in Deutschland, Frankreich, Italien und Österreich entgegengetreten werden.[3] Der Umgang mit den Medien und ihren Vertretern, die Medienarbeit,[4] war für die britischen Streitkräfte von einer Ausnahmebeschäftigung zur Routinetätigkeit geworden. Das deutsche Militär vollzog eine ähnliche Entwicklung. Setzte zunächst allein der Staatssekretär im Reichsmarineamt, Admiral Alfred von Tirpitz, darauf, dass „ein starkes Durchsetzungsbüro […], nebst Pressebüro“[5] ihm helfen werde, der kaiserlichen Marine eine Schlachtflotte von Weltrang zu verschaffen, so rechnete die Wehrmacht auf dem Höhepunkt des Zweiten Weltkriegs auf die Unterstützung von 15 000 Mitgliedern ihrer Propagandatruppen, die als eigene Waffengattung organisiert waren.[6]

Die ‚Normalisierung‘ der Medienarbeit, die im britischen und deutschen Militär im Verlauf der ersten Hälfte des 20. Jahrhunderts stattfand, war kein gleichförmiger Prozess. Es gab Unterschiede im Umfang der Institutionen, die mit der Medienarbeit betraut waren, ebenso wie in der Aufmerksamkeit, die ihr die Streitkräftespitzen widmeten. Insbesondere nach dem Anstieg im Ersten Weltkrieg folgte ein Einbruch in der Medienarbeit des Militärs. Doch wo sich Militärspitzen zu Beginn des Jahrhunderts noch persönlich für eine von ihnen gewünschte Medienarbeit engagieren mussten, konnten ihre Nachfolger auf routiniert arbeitende

[1] Fisher an White, 10. 2. 1910, zitiert nach ARTHUR JACOB MARDER (Hrsg.), Years of Power, 1904–1914 (Fear God and Dread Nought. The Correspondence of Admiral of the Fleet Lord Fisher of Kilverstone, Bd. 2), Oxford 1956, S. 305 f. Hervorhebung im Original.

[2] Zum klareren Verständnis verwende ich für den gesamten Untersuchungszeitraum den Begriff der Teilstreitkräfte für Marine, Heer oder Luftwaffe, während ich deren Gesamtheit als Streitkräfte oder Militär bezeichne.

[3] COS(49)345, 14. 10. 1949, The National Archives, Kew (TNA), Defe 5/17.

[4] Auf die hier verwendeten Begrifflichkeiten gehe ich weiter unten näher ein.

[5] FRANZ UHLE-WETTLER, Alfred von Tirpitz in seiner Zeit, Graz 2008, S. 103.

[6] MARTIN MOLL, Die Abteilung Wehrmachtpropaganda im Oberkommando der Wehrmacht. Militärische Bürokratie oder Medienkonzern?, in: Wolf Gruner und Armin Nolzen (Hrsg.), Bürokratien. Initiative und Effizienz, Berlin 2001, S. 111–150, hier S. 112 f.

Spezialisten zurückgreifen.[7] Mit ihnen wurde militärische Medienarbeit präsenter und zunehmend komplex.[8]

Wie kam es zu diesen Veränderungen? Die Antwort auf die Frage nach dem ‚Warum' der militärischen Medienarbeit lautet zumeist: Medienarbeit wurde gemacht, weil sie andere Menschen, sogar ganze Bevölkerungen, beeinflussen konnte.[9] Versuche, entsprechende Wirkungen zu messen, enden meist im Zirkelschluss des ‚Propagandasyndroms': Medienarbeit wurde gemacht, weil sie wirkte – und weil sie gemacht wurde, wird sie für wirksam gehalten.[10] Ein solcher Erklärungsansatz, der Medienwirkungen im Sinne einer überprüfbaren, absichtsvollen und gezielten Einflussnahme auf Einstellungen und Handlungen der Rezipienten in den Vordergrund stellt, ist jedoch nicht nur wenig erhellend. Er verstellt sogar den Blick auf die wesentlichen Ursachen und Dynamiken der militärischen Medienarbeit.

Die Militärspitzen widmeten sich der Medienarbeit nicht aufgrund empirisch gesicherter Wirkungsnachweise – die es nicht gab. Sie widmeten sich der Medienarbeit, so meine These, vor allem wegen ihrer eigenen Medienwirkungs*annahmen*. Ohne gesicherte Erkenntnisse über Medienwirkungen (oder eben deren Ausbleiben) konnten die führenden Soldaten jederzeit auf eine Wirkung hoffen. Dies galt insbesondere in Krisen – in Situationen also, in denen sie ihre etablierten Handlungsoptionen versperrt sahen oder in denen diese nicht die gewünschte Wirkung zeigten.[11] Medienarbeit suggerierte der Militärführung gerade in solchen Notlagen, weiterhin handlungsfähig zu sein. Ihre Suggestivkraft machte sie zu einem Mittel der Krisenbewältigung. Bestärkt wurde dies dadurch, dass die Medienarbeit sich wahrnehmbar in Artikeln, Filmen oder Radiosendungen niederschlug – was letztlich eine Voraussetzung für die weitergehenden Wirkungsannahmen war.[12]

[7] Die Begriffe der Spezialisten und Experten werden in diesem Zusammenhang synonym verwendet.

[8] Vgl. David Welch, Introduction. ‚Winning Hearts and Minds'. The Changing Context of Reportage and Propaganda, 1900–2003, in: Mark Connelly und David Welch (Hrsg.), War and the Media. Reportage and Propaganda, London 2007, S. ix–xxi, hier S. xiv f.; ferner, zur Rollenveränderung der Medien in ‚westlichen' Gesellschaften im 20. Jahrhundert, Axel Schildt, Das Jahrhundert der Massenmedien. Ansichten zu einer künftigen Geschichte der Öffentlichkeit, in: GuG 27 (2001), S. 177–206, hier S. 178.

[9] Dies betont Thymian Bussemer, Propaganda. Konzepte und Theorien, Wiesbaden ²2008, S. 20 und *passim*. Vgl. als Beispiel für die prosperierende Propagandaforschung nach dem Ersten Weltkrieg, Harold D. Lasswell, Propaganda Technique in the World War, London 1927.

[10] Ute Daniel machte den Begriff des Propagandasyndroms für die Historiographie nutzbar, siehe Ute Daniel, Die Geburt der Medientheorie aus dem Geist der Propaganda. Entstehungskontexte der Medienforschung in der ersten Hälfte des 20. Jahrhunderts, in: Jürgen Reulecke und Volker Roelcke (Hrsg.), Wissenschaften im 20. Jahrhundert. Universitäten in der modernen Wissensgesellschaft, Stuttgart 2008, S. 55–77, hier S. 57–65.

[11] Das Krisenverständnis ist angelehnt an Thomas S. Kuhn, The Structure of Scientific Revolutions, Chicago ⁴2012, S. 66–69.

[12] Siehe für eine ähnliche Annahme für das Verhältnis zwischen Politikern und Meinungsforschern Ute Daniel, Suggestive Experten. Zur Etablierung der US-amerikanischen Medienforschung in den 1930–1950er Jahren, in: Berichte zur Wissenschaftsgeschichte 30 (2007), S. 183–198; vgl. auch Philip M. Taylor, Munitions of the Mind. A History of Propaganda from the Ancient World to the Present Era, Manchester ³2003, S. 272; ferner, im Hinblick auf die Suggestivkraft der Wirkungsannahmen in der Werbeindustrie: Theodor Geiger, Kritik der Re-

Weitere Aspekte, nämlich Impulse von außen und das Eigeninteresse mit der Medienarbeit betrauter Spezialisten des Militärs, kamen hinzu und halfen, die Medienarbeit innerhalb der Streitkräfte zur Routineaufgabe zu machen.

Um diese sich gegenseitig verstärkenden Prozesse sichtbar zu machen, stelle ich die Militärspitzen mit ihren Erfahrungen, Wahrnehmungen und Interaktionen mit den Medien in den Mittelpunkt. Dieses Buch nimmt also eine akteurszentrierte Perspektive ein. Es ist somit ein Beitrag zur Kulturgeschichte[13] des Militärischen in Krieg und Frieden.

Eine Kulturgeschichte des Militärischen – Zuschnitt und Methode

Das Militär prägte gesellschaftliche und politische Entwicklungen in der ersten Hälfte des 20. Jahrhunderts auch außerhalb der oft fokussierten Weltkriege entscheidend mit. Im Frieden plante es den nächsten ‚Ernstfall'. Es benötigte, forderte und erhielt Rekruten und Gelder, um mit technologischen und organisatorischen Entwicklungen im Ausland mithalten zu können. Das Flottenwettrüsten, das die Admirale Tirpitz und Fisher zu Jahrhundertbeginn vorantrieben, belastete nicht nur die Haushaltslage Deutschlands und Großbritanniens, sondern verschlechterte auch das politische Klima Europas. Die Medien standen in allen diesen Kontexten immer auf der Agenda der militärischen Führung – sei es, weil die Aktivitäten der Medien eine Reaktion verlangten, sei es, weil die Militärspitzen eigene Pläne mit ihnen verfolgten. Wenn das Militär als legitimierter Gewaltakteur und wichtiger politischer Faktor innerhalb einer Gesellschaft mit der ‚vierten Macht' interagiert, verdient das eine kritische Untersuchung.[14] Freilich ist die vorliegende Untersuchung keine Analyse *der* Beziehungen *des* Militärs zu *den* Medien; es ist ein kulturgeschichtlich ausgerichteter Vergleich der britischen und deutschen militärischen Medienstrategien und Medienbilder in der ersten Hälfte des 20. Jahrhunderts. Dieser Zuschnitt erfordert eine Erläuterung.

Unter *Militär* verstehe ich die komplexen Organisationen der Streitkräfte mit den häufig untereinander konkurrierenden Teilstreitkräften und zentralen Stellen ebenso wie individuelle Militärvertreter, die als aktive Soldaten im Dienst dieser Organisationen standen.[15] Bedingt in diese Gruppe gehören zivile Mitar-

klame, Kopenhagen 1943 (Rückübersetzte Ausgabe, herausgegeben von Rainer Geißler und Horst Pöttker, Siegen 1986), S. 468.

[13] Siehe zur Einführung: Ute Daniel, Kompendium Kulturgeschichte. Theorien, Praxis, Schlüsselwörter, Frankfurt am Main [5]2006.

[14] Die Bedeutung der militärischen Perspektive für das Verständnis der militärischen Medienbeziehungen wird auch in der Kommunikationswissenschaft betont, siehe Carsten Schlüter, Information Operations. Die Weiterentwicklung US-militärischer Strategien zur Instrumentalisierung der Medien, in: Martin Löffelholz (Hrsg.), Krieg als Medienereignis II. Krisenkommunikation im 21. Jahrhundert, Wiesbaden 2004, S. 239–254, hier S. 254.

[15] Zu Kommunikationsdynamiken zwischen komplexen Organisationen siehe Anna Maria Theis-Berglmair, Organizational Communication and Public Relations. A Conceptual Framework for a Common Ground, in: Ansgar Zerfass, Betteke van Ruler und Krishnamurthy Sri-

beiter (oder auch Minister) der Streitkräfteministerien. Einerseits konnten sie sehr wohl im Sinne oder Auftrag militärischer Spitzen handeln, andererseits aber als Teil einer zivilen, politischen Kontrolle eben dieser Spitzen agieren. Die Führung, deren Perspektive in dieser Studie im Mittelpunkt steht, sind im Wesentlichen die ‚obersten Soldaten', also die militärischen Spitzen der Teilstreitkräfte, im Falle des deutschen Kaiserreichs beispielsweise auch die Berufsoffiziere auf ‚politischen' Posten, wie die Kriegsminister. Hinzu kommen die Organe der Streitkräftespitzen, namentlich das britische Chiefs of Staff Subcommittee (COS) des Committee of Imperial Defence (CID) und das deutsche Oberkommando der Wehrmacht (OKW). Die Kommandeure einzelner Einheiten oder Kriegsschauplätze ebenso wie die Leiter einzelner Abteilungen innerhalb der militärischen Spitzengliederung zählen nur im Ausnahmefall zur Streitkräftespitze. Ein Beispiel hierfür sind die einflussreichen Kommandeure der britischen Westfront im Ersten Weltkrieg. Diese Konzentration auf die Führung soll nicht implizieren, dass im Militär alles an der Spitze entschieden und dann umgesetzt worden wäre. Ganz im Gegenteil: Gerade innovative Ideen kamen oftmals aus der mittleren Ebene der Hierarchie oder von außen.[16] Dennoch waren es die Spitzen, die schließlich die für die gesamten Streitkräfte gültigen Vorgehensweisen festlegten und somit prägend wirkten. Aussagen mit dem Anspruch, die Medienbeziehungen der Streitkräfte einer Nation zu beschreiben, bedürfen der Perspektive der Führungsebene.

Mit *Medien* sind die ‚klassischen' Massenmedien gemeint, vor allem die Presse in all ihren Formen, inklusive der illustrierten Zeitungen und Zeitschriften. Die Presse blieb im Untersuchungszeitraum das wichtigste Medium, auch wenn zunächst Bilder und das Kino, dann das Radio und schließlich das Fernsehen einige Bedeutung erlangten.[17] Dementsprechend wird der Begriff der Medien als Sammelbegriff für die verschiedenen Medientypen verwendet. Die Inhalte und Ent-

ramesh (Hrsg.), Public Relations Research. European and International Perspectives and Innovations, Wiesbaden 2008, S. 111–123, hier S. 111–116; zur internen und externen Kommunikation siehe dies., Organisationskommunikation, in: Günter Bentele, Hans-Bernd Brosius und Otfried Jarren (Hrsg.), Öffentliche Kommunikation. Handbuch der Kommunikations- und Medienwissenschaft, Wiesbaden 2003, S. 565–575, hier S. 565 f.

[16] Siehe Thomas Rid, War and Media Operations. The US Military and the Press from Vietnam to Iraq, Milton Park 2008, insbesondere S. 14–47 zum ‚Lernen' im US-Militär. Obwohl dieses im Fokus steht, ist die grundsätzliche Aussage übertragbar; desgleichen gilt für Keith B. Bickel, Mars Learning. The Marine Corps Development of Small Wars Doctrine, 1915–1940, Boulder 2001, S. 1–20, 245 f.; Janine Davidson, Lifting the Fog of Peace. How Americans Learned to Fight Modern War, Ann Arbor 2011, S. 9–26. Zur besonderen Bedeutung des Lernens aus Erfahrungen anderer Allan D. English, Introduction, in: ders. (Hrsg.), The Changing Face of War. Learning from History. Montreal 1998, S. 3–5, *passim.*

[17] Siehe Frank Bösch, Mediengeschichte. Vom asiatischen Buchdruck zum Fernsehen, Frankfurt am Main 2011, S. 143–215; vgl. auch Karl Christian Führer, Die Tageszeitung als wichtigstes Massenmedium der nationalsozialistischen Gesellschaft, in: ZfG 55 (2007), S. 411–434; ders., Die deutsche Tagespresse im Zweiten Weltkrieg. Fakten und Fragen zu einem unerforschten Abschnitt der NS-Mediengeschichte, in: ZfG 65 (2012), S. 417–440; Miles Hudson und John Stanier, War and the Media. A Random Searchlight, New York 1998, S. 66 f., 73.

stehungskontexte der einzelnen Medienprodukte, also beispielsweise von Filmen wie *In Which We Serve* (der an Erlebnissen des Marineoffiziers Lord Louis Mountbatten orientiert war),[18] werden nicht untersucht. Stattdessen geht es um die Akteure, also einerseits Organisationen wie Zeitungen, Filmfirmen oder Radiosender, andererseits individuelle Journalisten, Redakteure und Herausgeber. Massenhaft verbreitete andere Medienprodukte wie Plakate, Flugblätter oder Postkarten werden nur am Rande thematisiert.

Die Interaktionen zwischen Militär und Medien, gesehen aus der Sicht der Streitkräfte, also die *Medienbeziehungen* des Militärs, analysiere ich anhand der Medienstrategien und Medienbilder der militärischen Führung. *Medienstrategien* sind von der Militärführung entwickelte oder zumindest unterstützte, auf längere Zeiträume ausgerichtete Konzepte für die praktische *Medienarbeit*, die bestimmte Ziele verfolgten.[19] Die Medienstrategien lassen sich anhand ihrer Ziele in vier Gruppen unterteilen: Es konnte erstens das Ziel sein, Medien im Hinblick auf relevante Informationen auszuwerten, um beispielsweise über die Aktivitäten anderer Streitkräfte im Bilde zu bleiben (Informationssammlung). Im Gegenzug galt es zweitens, eigene Informationen vor dem Zugriff anderer zu schützen, insbesondere im Hinblick auf technische Neuerungen oder Truppenbewegungen (Informationssicherheit). Gerade in Demokratien und im späteren Teil des Untersuchungszeitraums kam als drittes Ziel hinzu, Informationen über eigene Aktivitäten auszugeben, ohne damit weitergehende Absichten zu verfolgen (Informationsausgabe). Gezielte Versuche, bestimmte Zielgruppen im In- oder Ausland zu beeinflussen, waren das vierte Ziel (Einflussnahme). Strategien der Einflussnahme konnten in ihrer praktischen Anwendung zu einem regelrechten *Medienkrieg* zwischen konkurrierenden Streitkräften führen, dann nämlich, wenn die Situation des eigenen Landes im ‚heißen' oder ‚kalten' Konflikt mit anderen Ländern über Medienarbeit verändert oder die operative Kriegführung durch sie beeinflusst werden sollte. Die Medien konnten hier sowohl das Mittel bilden, mit dem die Auseinandersetzung geführt wurde, als auch das virtuelle ‚Schlachtfeld', auf dem diese stattfand.[20] Zum Medienkrieg zählen auch Versuche, das eigene Land gegen entsprechende Anstrengungen des Gegners zu

[18] Siehe für dessen Entstehungszusammenhänge und seine Aufnahme im Militär PHILIP ZIEGLER, Mountbatten. The Official Biography, London ²1985, S. 170–173 und zum Hintergrund S. 121–152.

[19] Das Konzept ist an das Modell der PR-Strategien angelehnt, siehe PATRICK DONGES und OTFRIED JARREN, Politische Kommunikation in der Mediengesellschaft. Eine Einführung, Wiesbaden ²2006, vor allem S. 226, 255 und 261–263; abgegrenzt von: VINCENT HAZLETON, Toward a Systems Theory of Public Relations, in: Wolfgang Armbrecht und Horst Avenarius (Hrsg.), Ist Public Relations eine Wissenschaft? Eine Einführung, Opladen 1992, S. 33–45; zum Strategiebegriff auch JOHN LEWIS GADDIS, Strategies of Containment. A Critical Appraisal of Postwar American National Security Policy, New York ²2005, S. viii, wonach in Strategien Ziele und Mittel zu einem handlungsleitenden Plan kombiniert werden.

[20] Zum „virtual battle*space*" siehe RID, War, S. 4; grundsätzlich zu derlei multiplen Bedeutungen REINHART KOSELLECK, Begriffsgeschichten. Studien zur Semantik und Pragmatik der politischen und sozialen Sprache, Frankfurt am Main 2006, S. 60–67, sowie, pointiert, S. 41 f., mit Dank für den Hinweis an Klaus Latzel.

schützen oder neutrale Staaten zu beeinflussen.[21] Neben diesen *kriegstypischen* existierten *friedenstypische* Medienstrategien, zu denen insbesondere die Versuche gehörten, das eigene Ansehen zu steigern oder Ressourcen einzuwerben. Da sich die Militärführungen vor allem für die Medienstrategien der Einflussnahme interessierten, stehen diese im Fokus der Untersuchung. Hinzu kommen die Medienstrategien der Informationssicherheit, die immer als wichtig galten, auch wenn die Streitkräftespitzen sie nur selten diskutierten. Mit den übrigen Medienstrategien befassten sich die führenden Militärvertreter kaum. Sie werden daher nur am Rande behandelt.

Die bekannten Begriffe der Propaganda und Zensur werden in dieser Untersuchung allein verwendet, um Maßnahmen im Rahmen der Medienstrategien zu beschreiben. Denn gerade der Propagandabegriff ist derart weit gefasst, dass er über keine analytische Schärfe verfügt, da er im Grunde jegliches „Handeln in beeinflussender Absicht" bezeichnet.[22] Aber auch der Zensurbegriff bezeichnet mehr als die Interaktion mit Medien und ihren Vertretern – beispielsweise bildete Zensur von Briefen und Telegrammen in den Weltkriegen einen wesentlichen Bestandteil der britischen Wirtschaftsblockade gegen Deutschland.[23] Hinzu kommt, dass Propaganda und Zensur gleichermaßen genutzt werden konnten, um Einflussnahme oder Informationssicherheit zu erreichen.[24] Die Konzentration auf Propaganda und Zensur verstellt, mit anderen Worten, den Blick auf die in den Medienstrategien greifbaren Ziele, die die Akteure verfolgten.

Die militärischen Medienbeziehungen allein unter dem Gesichtspunkt der Medienstrategien zu analysieren hieße jedoch, sie als Angelegenheit intentionalen Handelns in einer „organisierbaren Atmosphäre freischwebender Rationalität" darzustellen, wie Wilhelm Deist eine der großen Fallen der Militärgeschichtsschreibung benennt.[25] Um dies zu vermeiden, werden zusätzlich die *Medienbilder* der Militärführung untersucht. Diese waren Teil der Militärkultur, also des impliziten Kanons gemeinsamer Wahrnehmungs- und Denkmuster der jeweiligen Streitkräfte, in den neue Mitglieder der Organisationen integriert wurden und der

[21] Stephen Badsey plädiert dafür, den ‚Medienkrieg' analog zu Begriffen wie ‚Seekrieg' zu verwenden, und sieht seine Wurzeln in Konzepten der Zeit des Zweiten Weltkriegs, wie dem ‚Ätherkrieg', STEPHEN BADSEY, Modern Military Operations and the Media, Camberley 1994, S. 4.

[22] UTE DANIEL, Die Politik der Propaganda. Zur Praxis gouvernementaler Selbstrepräsentation vom Kaiserreich bis zur Bundesrepublik, in: dies. und Wolfram Siemann (Hrsg.), Propaganda. Meinungskampf, Verführung und politische Sinnstiftung 1789–1989, Frankfurt am Main 1994, S. 44–82, hier S. 44.

[23] GEORGE COCKERILL, What Fools We Were, London o. J., S. 47 f.

[24] Auf die verschwimmenden Grenzen zwischen beiden verweist auch FLORIAN ALTENHÖNER, Total War – Total Control? German Military Intelligence on the Home Front, 1914–1918, in: The Journal of Intelligence History 5 (2005), S. 55–72, hier S. 62 f. Demm vergleicht sie mit den zwei Gesichtern des Janus, EBERHARD DEMM, Ostpolitik und Propaganda im Ersten Weltkrieg, Frankfurt am Main 2002, S. 53.

[25] Hiervor warnt WILHELM DEIST, Der militärische Zusammenbruch des Kaiserreichs. Zur Realität der Dolchstoßlegende, in: ders., Militär, Staat und Gesellschaft. Studien zur preußisch-deutschen Militärgeschichte, München 1991, S. 211–233, hier S. 212.

sehr träge gegenüber Veränderungen war.[26] Darüber hinaus waren sie zurückgebunden an die jeweilige politische Kultur der untersuchten Länder. Als Medienbilder bezeichne ich sowohl die Vorstellungen zur Rolle und Funktion der Medien innerhalb der Gesellschaft als auch die Haltung zu einzelnen Medienvertretern, beispielsweise zu deren ‚Hoffähigkeit', Verlässlichkeit oder Vertrauenswürdigkeit. Diese Medienbilder hatten äußerst reale Folgen für den Umgang des Militärs mit den Medien, da sie sich im Verhalten der Streitkräftevertreter widerspiegelten und dieses prägten.

Neben den Medienbildern gehörten auch die Vorstellungen davon, was die Medien hinsichtlich der Einstellungen und Handlungen ihrer Rezipienten bewirken konnten, zu den hier untersuchten Medienwahrnehmungen. Diese *Medienwirkungsannahmen* waren bei den analysierten Militärspitzen oftmals reine Zuschreibungen und Spekulationen – Annahmen eben.[27] Freilich wurde auch versucht, die Medienwirkung zu messen. Zu diesem Zweck wurde vor allem gezählt: Rekrutenzahlen infolge von Rekrutierungsaufrufen, Überläufer, die Flugblätter mitbrachten, in denen zum Überlaufen aufgefordert worden war, oder die Anzahl der Zeitungen, die die eigenen Meldungen aufgriffen, und die produzierten Mengen an Artikeln, Bildern oder Film-Metern. Tatsächliche Untersuchungen einer Medienwirkung waren dies nicht. Vielmehr handelte es sich um Versuche der jeweiligen Medienspezialisten, den Sinn des eigenen Tuns zu belegen. Grundsätzliche Zweifel an der Macht der Medien, Einfluss auf ihre Rezipienten auszuüben, gab es über den Untersuchungszeitraum hinweg im Großen und Ganzen nicht.[28] Schon zur Jahrhundertwende herrschte allgemein die Überzeugung vor, dass Medien starke beeinflussende Fähigkeiten hätten. Diese starken Medienwirkungsannahmen speisten sich aus mehreren Quellen. Vor allem rückte die ‚Masse' mit ihrer Forderung nach politischer Beteiligung immer stärker in das Bewusstsein der etablierten Eliten und schürte hier die Sorge, wie eine Gesellschaft, in der jedes Individuum seine Stimme erhob, noch zu lenken sei. Zumal dann, wenn diese Individuen angesichts der sich als Wissenschaft etablierenden Psychologie immer weniger als rational handelnd, sondern vielmehr als durch Instinkte und äußere

[26] EDGAR H. SCHEIN, Organizational Culture and Leadership, San Francisco ²1992, S. 12–15; angewendet auf Streitkräfte durch DAVID E. JOHNSON, Learning Large Lessons. The Evolving Roles of Ground Power and Air Power in the Post-Cold War Era, Santa Monica 2006, S. 146; ferner BERNHARD R. KROENER, Militär, Staat und Gesellschaft im 20. Jahrhundert, München 2011, S. 77.

[27] In der Kommunikationswissenschaft heißen sie Medienwirkungen zweiter Ordnung, siehe MICHAEL MEYEN, Medialisierung, in: Medien & Kommunikationswissenschaft 57 (2009), S. 23–38.

[28] STUART EWEN, PR! A Social History of Spin, New York 1996 zeigt anschaulich am Beispiel vor allem der USA die sich in der ersten Hälfte des 20. Jahrhunderts festigende Überzeugung von Medienspezialisten, die ‚öffentliche Meinung' formen zu können. Einen sehr guten Überblick über die Medienwirkungsforschung im 20. Jahrhundert bieten DANIEL, Medientheorie; SHANTO IYENGAR, The State of Media-Effects Research, in: James Curran (Hrsg.), Media and Society, London 2010, S. 273–289, auf die ich mich im Folgenden stütze; besonderer Dank gebührt Ebbo Schröder für den Hinweis auf letzteren Titel. Beachte ferner: MICHAEL SCHENK, Medienwirkungsforschung, Tübingen ³2007, S. 761–771.

Einflüsse manipulierbar galten.[29] Verstärkt wurde diese Sorge unzweifelhaft dadurch, dass manipulierende äußere Einflüsse immer stärker zunahmen. So expandierte und professionalisierte sich an der Jahrhundertwende die Werbeindustrie und betonte ihre eigene Wirksamkeit, wobei Deutschland der Entwicklung der USA und Großbritanniens folgte.[30] Victor Mataja meinte beispielsweise, „die Reklame ist eine soziale Macht." Sie könne „die Anschauungen und Handlungen der Menschen" maßgeblich beeinflussen.[31]

Auch die Anzahl, der Umfang und die Reichweite von Zeitungen als Massenmedium stiegen sprunghaft an, getragen von veränderten rechtlichen Rahmenbedingungen, wirtschaftlichen Voraussetzungen und technologischen Fortschritten nicht zuletzt in der Kommunikationstechnik.[32] Dieses rasante Wachstum verschob seinerseits das Verhältnis von Medien und Politik. Am Markt orientierte Massen- aber auch Qualitätszeitungen wurden zunehmend wichtiger als die von politischen Parteien oder anderen sozialen Gruppierungen finanzierten Blätter, auch wenn zahlreiche Zeitungen sich über den gesamten Untersuchungszeitraum hinweg klar politischen Lagern zuordneten.[33] Medienvertreter beanspruchten für sich, im Namen ihrer Leser, also ausgewählter Eliten im Falle von Qualitätsblättern, großer Wählergruppen im Falle der Massenblätter, zu sprechen. Sie begannen so, sich als eigenständige politische Akteure zu etablieren.[34] Journalisten und Zeitungsbesitzer zogen vor diesem Hintergrund nicht nur in

[29] Daniel, Medientheorie, S. 58–60; siehe auch John Durham Peters, Satan and Savior. Mass Communication in Progressive Thought, in: Critical Studies in Mass Communication 6 (1989), S. 247–263, besonders S. 250; mit Dank für den Hinweis an Ebbo Schröder.

[30] Siehe Eduard Grosse, 100 Jahre Werbung in Europa, Berlin 1980, S. 10, 58; Christiane Lamberty, Reklame in Deutschland 1890–1914. Wahrnehmung, Professionalisierung und Kritik der Wirtschaftswerbung, Berlin 2000, besonders S. 234–320; beachte des Weiteren Werner Faulstich, Die Mediengeschichte des 20. Jahrhunderts, München 2012, S. 91 f.; Lyn Gorman und David McLean, Media and Society in the Twentieth Century. A Historical Introduction, Padstow 2004, S. 66–68; Volker Ilgen und Dirk Schindelbeck, Am Anfang war die Litfaßsäule. Illustrierte deutsche Reklamegeschichte, Darmstadt 2006, S. 13–17, 43, 49–51; Pamela E. Swett, S. Jonathan Wiesen und Jonathan R. Zatlin, Introduction, in: dies. (Hrsg.), Selling Modernity. Advertising in Twentieth-Century Germany, Durham 2007, S. 1–26, hier S. 20.

[31] Victor Mataja, Die Reklame. Eine Untersuchung über Ankündigungswesen und Werbetätigkeit im Geschäftsleben, Leipzig 1910, S. 36.

[32] Besonders erhellend, wenn auch auf Großbritannien fokussiert, James Curran und Jean Seaton, Power without Responsibility. The Press, Broadcasting, and New Media in Britain, London [6]2003, *passim*; ferner Frank Bösch, Öffentliche Geheimnisse. Skandale, Politik und Medien in Deutschland und Großbritannien 1880–1914, München 2009, S. 35–40, 469; Faulstich, Mediengeschichte, S. 17, 25, 52 f., 78 f.; Gorman und McLean, Media, S. 8–11; Martin Kohlrausch, Die Politik der Medien. Der Aufstieg der Massenmedien und das politische System in Deutschland und Großbritannien um 1900, in: Ute Daniel und Axel Schildt (Hrsg.), Massenmedien im Europa des 20. Jahrhunderts, Köln 2010, S. 305–330, hier S. 308 f.; Ralph Negrine, Politics and the Mass Media in Britain, London [2]2000, S. 20–23, 57–59.

[33] Grundlegend für die Veränderungen in der Position der Presse am britischen Beispiel: Curran und Seaton, Power, S. 3–10, 14 f., 18–24, 32 f., 36–38, 50; ferner Gorman und McLean, Media, S. 8–11; Negrine, Politics, S. 41 f., 45–47, 50.

[34] Curran und Seaton, Power, S. 45.

großer Zahl in die Parlamente ein,[35] Zeitungsmagnaten wie der britische Lord Northcliffe meinten gar, Regierungen einsetzen oder stürzen zu können – und die etablierten politischen wie militärischen Eliten schienen oftmals nur zu bereit, ihnen zu glauben.[36]

Der Erste Weltkrieg verstärkte noch die allgemeine Überzeugung von der starken Medienwirkung.[37] In der Zwischenkriegszeit hielten sie Praktiker wie Theoretiker der Medienarbeit fraglos für gegeben. Harold D. Lasswell beispielsweise sah 1927 in der Propaganda die „chains of silver", die notwendig seien, um die Massengesellschaft beherrschbar zu machen.[38] Im deutschen Militär versuchten eigene Spezialisten um Oberst Albrecht Blau, eine Medienwirkung abhängig von ‚Völkern' zu ermitteln.[39] Sie standen damit im Einklang mit der Propagandabegeisterung der faschistischen Bewegungen, die ihrerseits nicht zuletzt in den USA am Ende der 1930er Jahre wieder eine stärkere Auseinandersetzung mit Fragen der Medienwirkung unter der Fragestellung hervorrief, ob die eigene Bevölkerung durch geschickte Medienarbeit von außen ‚umerzogen' werden könnte.[40]

Im Zuge der intensivierten Auseinandersetzung mit Medienwirkungsfragen kam es in den USA auch zu ersten kritischen Untersuchungen der Medienwirkung im Zweiten Weltkrieg. Besonders erwähnenswert ist Samuel Stouffer, der im Auftrag des Militärs versuchte, die Wirkung medialer Botschaften auf die Kampfmoral der Soldaten zu ermitteln. Er fand mit einer großangelegten Studie zu den *Why we fight*-Filmen heraus, dass diese zwar Informationen vermitteln konnten, aber kaum direkten Einfluss auf Meinungen oder gar Motivation der Soldaten hatten.[41] Diese Erkenntnisse, die im Großen und Ganzen dem aktuellen Kenntnisstand entsprechen, leiteten das Ende der starken Medienwirkungstheorie ein. Untersuchungen nach Kriegsende, nicht zuletzt von Elihu Katz und Paul Felix Lazarsfeld, bestätigten die Beobachtungen Stouffers – und ihre Erkenntnisse überzeugen: Medien sind keine Fäden, an denen sich ihre Konsumenten wie Puppen lenken lassen. Ihre manipulative Wirkung im Sinne einer vom Kommunikator ausgehenden, absichtsvollen und gezielten Einflussnahme ist ge-

[35] Bösch, Geheimnisse, S. 38; für Großbritannien ferner Negrine, Politics, S. 43 f.

[36] Siehe dazu unten, Kapitel 5; beachte auch Gorman und McLean, Media, S. 12, 18; Kohlrausch, Medien, S. 309 f.; Negrine, Politics, S. 42.

[37] Daniel, Medientheorie, S. 62–65; ferner Gorman und McLean, Media, S. 71; siehe auch unten, Exkurs zur Dolchstoßlegende.

[38] Lasswell, Propaganda, S. 222.

[39] Einen Überblick gibt Daniel Uziel, The Propaganda Warriors. The Wehrmacht and the Consolidation of the German Home Front, Oxford 2008, S. 34–43. Zur Kritik an Blaus Methoden siehe zum Beispiel Ortwin Buchbender, Das tönende Erz. Deutsche Propaganda gegen die Rote Armee im Zweiten Weltkrieg, Stuttgart 1978, S. 30–36.

[40] Iyengar, Media-Effects, S. 274; für Großbritannien siehe Curran und Seaton, Power, S. 126 f.

[41] Samuel A. Stouffer und Frederick Osborn, The American Soldier. Adjustment During Army Life, Princeton ²1950, S. 461 f.; im Überblick bei Ellen Herman, The Romance of American Psychology. Political Culture in the Age of Experts, Berkeley 1995, S. 66–76. Beachte ferner Paul Felix Lazarsfeld, Bernard Berelson und Hazel Gaudet, The People's Choice. How the Voter Makes Up His Mind in a Presidential Campaign, New York 1944, besonders S. 121–125, 158; aber auch Geiger, Kritik, S. 259.

ring.[42] Zwar wurden diese Erkenntnisse im weiteren Verlauf des 20. Jahrhunderts noch einmal relativiert und den Medien die Fähigkeit bescheinigt, die von Medienkonsumenten für relevant erachteten Themen im Sinne des Agenda-Setting beeinflussen,[43] bestimmte Aspekte eines Themas durch Framing oder Priming in den Vordergrund rücken und so auf indirekte Weise Einfluss nehmen zu können.[44] Aber die Beobachtung der massiven Veränderungen der Medien- und Kommunikationslandschaften an der Wende zum 21. Jahrhundert brachte die wieder erstarkenden Medienwirkungsannahmen erneut ins Wanken. So ging man davon aus, dass sich Konsumenten zu ihren Ansichten passende Medien aus dem vielfältigen Angebot aussuchten und somit nicht mehr in Kontakt mit möglichen Quellen einer unerwünschten Einflussnahme kämen.[45]

Zweifellos kann man Katz zustimmen, der in einem aktuellen Rückblick noch einmal betonte: „By now, we *know* that the media have only limited effects, as far as short-run persuasion is concerned."[46] Es war nicht eine besondere Wirkmacht der Medien, die die Weltkriege auslöste oder entschied. Das soll nicht heißen, dass Medien keine Wirkungen hätten; ihren größten Effekt haben sie als Übermittler von Informationen, aufgrund derer die Rezipienten Gesprächsthemen finden und ihre Ansichten halten oder überarbeiten.[47] Zudem darf auch das Thomas-Theorem nicht übersehen werden: Bereits 1928 gaben William I. und Dorothy Swaine Thomas zu bedenken, dass Handlungen nicht immer durch reale Vorkommnisse ausgelöst werden mussten, sondern vielmehr auch auf das zurückgehen konnten, was die Handelnden für die Realität hielten: „If men define situations as real, they are real in their consequences."[48] Auf die Frage der Medienwirkungen in der vorliegenden Untersuchung gemünzt: Schon der Glaube daran, dass Medien wirken,

[42] ELIHU KATZ und PAUL FELIX LAZARSFELD, Personal Influence. The Part Played by People in the Flow of Mass Communications, Glencoe 1955, S. 24f.

[43] Siehe BERNARD CECIL COHEN, The Press and Foreign Policy, Princeton 1963, S. 13; MAXWELL E. MCCOMBS und DONALD L. SHAW, The Agenda Setting Function of Mass Media, in: Public Opinion Quarterly 36 (1972), S. 176–187, *passim*.

[44] IYENGAR, Media-Effects, S. 276–281.

[45] IYENGAR, Media-Effects, S. 286; beachte ferner RUDOLF STÖBER, Neue Medien. Geschichte. Von Gutenberg bis Apple und Google. Medieninnovation und Evolution, Bremen 2012, S. 435f., 443f., 446, 453.

[46] ELIHU KATZ und PAUL FELIX LAZARSFELD, Personal Influence. The Part Played by People in the Flow of Mass Communications, New Brunswick [2]2006, S. xxiiif., Hervorhebung im Original.

[47] Vgl. SCHENK, Medienwirkungsforschung, S. 771; ferner NEGRINE, Politics, S. 3; CURRAN und SEATON, Power, S. 329–335; GORMAN und MCLEAN, Media, S. 89–92.

[48] WILLIAM I. THOMAS und DOROTHY SWAINE THOMAS, The Child in America. Behavior Problems and Programs, New York 1928, S. 572, 575; in den Sozialwissenschaften wurde dieses Thomas-Theorem wiederholt aufgegriffen und als grundlegende Annahme bezeichnet, beachte z. B. ROBERT KING MERTON, The Self-Fulfilling Prophecy, in: ders. (Hrsg.), Social Theory and Social Structure, Glencoe [3]1959 (Überarbeitete Fassung), S. 421–436, hier S. 421–423. Zur Rolle der Massenmedien bei der Konstruktion einer eigenen Realität siehe auch WINFRIED SCHULZ, Die Konstruktion von Realität in den Nachrichtenmedien. Analyse der aktuellen Berichterstattung, Freiburg 1976, vor allem S. 28, 115–120. Dank für den Hinweis auf beide Werke gebührt Ute Daniel. Zu einer empirisch fundierten Kritik am Konstruktivismus in der Medientheorie siehe JÜRGEN WILKE, Presseanweisungen im zwanzigsten Jahrhundert. Erster Weltkrieg – Drittes Reich – DDR, Köln 2007, S. 319.

führte immer wieder zu ihrem Einsatz auf der einen Seite und zu Reaktionen auf die Medienarbeit Anderer auf der anderen Seite. Medienarbeit hatte also Folgen – auch wenn es sich eben nicht um eine absichtsvoll gesteuerte Einflussnahme handelte, sondern letztlich um Konsequenzen aus den übermittelten Informationen sowie den Wirkungsannahmen derer, die die Medienarbeit betrieben, und derer, die ihre Ziele waren. Dass diese Medienwirkungsannahmen selbst unabhängig von jeder nachweisbaren, beeinflussenden Medienwirkung historisch wirkmächtig waren, ist eine der wesentlichen Thesen dieser Untersuchung. Auf eben diesen Annahmen basierte die Suggestivkraft der Medienarbeit, die die Streitkräftespitzen immer wieder dazu brachte, mit den Medien und ihren Vertretern zu interagieren.

Wie bereits angedeutet, waren diese Medienbeziehungen des Militärs alles andere als statisch. Medienstrategien wurden entwickelt, umgesetzt und endeten. Die Streitkräfte wandten sich den Medien zu oder von ihnen ab. Um diese Offenheit der historischen Zeit zu verdeutlichen, werden neben den Wahrnehmungen auch die Erfahrungen und Erwartungen des Militärs im Hinblick auf die Medien untersucht.[49] Erst der Blick auf die Erfahrungen mit dem Medienkrieg im Zweiten Weltkrieg beispielsweise macht verständlich, wieso die britischen Stabschefs um Admiral Fraser auf die Medien zählten, als der Kalte Krieg begann. Einmal gemachte Erfahrungen beeinflussten die Wahrnehmungen und Erwartungen und umgekehrt – und gemeinsam prägten sie das Handeln der Akteure in der historischen Gegenwart, das die Medienbeziehungen als lebendige Interaktion immer wieder neu erschuf.[50] Aufgrund dieser Ausrichtung zählt meine Arbeit zur Kulturgeschichte des Militärischen.[51]

Geradezu klassisch für eine kulturgeschichtliche Herangehensweise sind die Arbeiten Paul Fussells.[52] Sie zeigen, dass zuerst die ‚unteren' Ränge des Militärs im Mittelpunkt entsprechender Untersuchungen standen. Ihren Wahrnehmun-

[49] Nachdrücklich für die Erfahrungsgeschichte argumentieren Horst Carl, Hans-Henning Kortüm, Dieter Langewiesche und Friedrich Lenger, Krieg und Kriegsniederlage – historische Erfahrung und Erinnerung, in: dies. (Hrsg.), Kriegsniederlagen. Erfahrungen und Erinnerungen, Berlin 2004, S. 1–11, hier S. 5f.

[50] Reinhart Koselleck, ‚Erfahrungsraum' und ‚Erwartungshorizont' – zwei historische Kategorien, in: ders., Vergangene Zukunft. Zur Semantik geschichtlicher Zeiten, Frankfurt am Main 1992, S. 349–375, insbesondere S. 351–359; siehe auch Nikolaus Buschmann und Aribert Reimann, Die Konstruktion historischer Erfahrung. Neue Wege zu einer Erfahrungsgeschichte des Krieges, in: Nikolaus Buschmann und Horst Carl (Hrsg.), Wege zu einer Erfahrungsgeschichte des Krieges, Paderborn 2001, S. 261–271, die den Prozesscharakter der immer wieder erneuerten Erfahrungsbildung betonen. Siehe darüber hinaus Daniel, Kulturgeschichte, S. 12f. und 70–74.

[51] Einen systematischen Überblick über die Verbindung von Militär- und Kulturgeschichte liefert Anne Lipp, Diskurs und Praxis. Militärgeschichte als Kulturgeschichte, in: Thomas Kühne und Benjamin Ziemann (Hrsg.), Was ist Militärgeschichte? Paderborn 2000, S. 211–227.

[52] Paul Fussell, The Great War and Modern Memory, Oxford [25]2000; ders., Wartime. Understanding and Behavior in the Second World War, New York 1989. Beachte auch Gerhard Hirschfeld und Gerd Krumeich, Wozu eine ‚Kulturgeschichte' des Ersten Weltkriegs?, in: Arnd Bauerkämper und Elise Julien (Hrsg.), Durchhalten! Krieg und Gesellschaft im Vergleich 1914–1918, Göttingen 2010, S. 31–53.

gen und Erfahrungen vom Krieg wurde durch die Kulturgeschichte die zuvor fehlende Aufmerksamkeit gewidmet.[53] Obwohl auch hochrangige Offiziere in den Blick genommen wurden, gibt es bisher kaum Studien für die oberste Führungsebene des Militärs.[54] Die vorliegende Arbeit hilft, diese Lücke zu schließen. Ohne die Erfahrungen und Wahrnehmungen der militärischen Führung sind die Medienbeziehungen der Streitkräfte nicht begreifbar.

Ebenso förderlich für das Verständnis ist die vergleichende Perspektive: Der Vergleich ist weit mehr als die Summe verschiedener Einzeluntersuchungen. Er erlaubt darüber hinausgehende Erkenntnisse und schützt davor, Phänomene zur Ausnahme – oder zur Regel – zu erklären, die eigentlich das Gegenteil waren. Beides gilt für den synchronen wie für den diachronen Vergleich.[55] Der synchrone Vergleich zweier Länder ermöglicht es festzustellen, ob bestimmte Aspekte der militärischen Medienbeziehungen ländertypisch (wie die starke Hinwendung zum Medienkrieg im Deutschland der Zwischenkriegszeit) oder zeittypisch (wie die Flottenbegeisterung zu Beginn des 20. Jahrhunderts) waren.[56] Zu vergleichen bedeutet dabei mehr, als zwei Akteure nebeneinander zu stellen und Ähnlichkeiten und Unterschiede zu erfassen. Es bedeutet auch, Austausch und Abgrenzungen zwischen den Vergleichspartnern ernst zu nehmen. Erst diese prozessualen Elemente machen den Vergleich zu einem Weg, die Dynamiken historischer Situationen zu verstehen. Die untersuchten Akteure standen sich nicht blind und taub gegenüber, sie nahmen einander wahr, nahmen – mal mehr, mal weniger – Bezug aufeinander. Der Vergleich eröffnet also auch den Blick auf Transferprozes-

[53] Nach wie vor hervorragend: KLAUS LATZEL, Deutsche Soldaten – nationalsozialistischer Krieg. Kriegserlebnis – Kriegserfahrung 1939–1945, Paderborn 1998; weitere Beispiele sind: LYN MACDONALD, 1914–1918. Voices and Images of the Great War, London 1988; GERHARD HIRSCHFELD, GERD KRUMEICH, DIETER LANGEWIESCHE und HANS-PETER ULLMANN (Hrsg.), Kriegserfahrungen. Studien zur Sozial- und Mentalitätsgeschichte des Ersten Weltkriegs, Essen 1997; ROLF DÜSTERBERG, Soldat und Kriegserlebnis. Deutsche militärische Erinnerungsliteratur (1945–1961) zum Zweiten Weltkrieg. Motive, Begriffe, Wertungen, Tübingen 2000; ANNE LIPP, Meinungslenkung im Krieg. Kriegserfahrungen deutscher Soldaten und ihre Deutung 1914–1918, Göttingen 2003; BARBARA KORTE, RALF SCHNEIDER und CLAUDIA STERNBERG (Hrsg.), Der Erste Weltkrieg und die Mediendiskurse der Erinnerung in Großbritannien. Autobiographie, Roman, Film (1919–1999), Würzburg 2005; MICHAEL EPKENHANS, STIG FÖRSTER und KAREN HAGEMANN (Hrsg.), Militärische Erinnerungskultur. Soldaten im Spiegel von Biographien, Memoiren und Selbstzeugnissen, Paderborn 2006; ALEXANDER WATSON, Enduring the Great War. Combat, Morale and Collapse in the German and British Armies, 1914–1918, Cambridge 2009.

[54] Siehe zur Problematik am Beispiel der Wehrmachtsgeneralität JOHANNES HÜRTER, Kriegserfahrung als Schlüsselerlebnis? Der Erste Weltkrieg in der Biographie von Wehrmachtsgeneralen, in: Bruno Thoß und Hans-Erich Volkmann (Hrsg.), Erster Weltkrieg, Zweiter Weltkrieg. Ein Vergleich, Paderborn 2002, S. 759–771.

[55] Zur Verwobenheit synchroner und diachroner Elemente im Rahmen von Erfahrungsanalysen siehe REINHART KOSELLECK, Erinnerungsschleusen und Erfahrungsgeschichten. Der Einfluss der beiden Weltkriege auf das soziale Bewusstsein, in: ders., Zeitschichten. Studien zur Historik, Frankfurt am Main 2000, S. 265–284, hier S. 273.

[56] HEINZ-GERHARD HAUPT und JÜRGEN KOCKA, Historischer Vergleich. Methoden, Aufgaben, Probleme. Eine Einleitung, in: dies. (Hrsg.), Geschichte und Vergleich. Ansätze und Ergebnisse international vergleichender Geschichtsschreibung, Frankfurt am Main 1996, S. 9–46.

se, in diesem Fall in einem transnationalen Raum des Militärischen, in dem sich beide Streitkräfte immer wieder intensiv beobachteten und bemüht waren, voneinander zu lernen.[57] Mehr noch als im synchronen Vergleich zweier Länder ist es im diachronen Vergleich unterschiedlicher Zeitabschnitte von Bedeutung, Transferprozesse zu berücksichtigen; denn auch die grundlegendste Form der Auseinandersetzung mit der Vergangenheit, das Erzählen einer Geschichte, umfasst eben solche in Form von Veränderungen oder aber Kontinuitäten zwischen verschiedenen Zeitpunkten. Auch das heißt vergleichen: die Analyse unterschiedlicher Abschnitte der Vergangenheit und der Verbindungen, aber auch Brüche, zwischen ihnen. Der diachrone Vergleich schärft den Blick für Kontinuitäten (wie die Hoffnung der Royal Air Force, mithilfe von Flugblättern die Gegner beeinflussen zu können, die sie vom Ersten Weltkrieg an nie aufgab) und Veränderungen (wie die abnehmende Medienarbeit der deutschen Marine in den letzten Jahren vor dem Ersten Weltkrieg) innerhalb des Untersuchungszeitraums. Erst durch ihn können die Erfahrungen des Militärs mit den Medien und die Rückwirkungen dieser Erfahrungen auf den weiteren Umgang mit ihnen erfasst werden.[58]

Doch warum stehen gerade das britische und deutsche Militär in der ersten Hälfte des 20. Jahrhunderts im Mittelpunkt? Die Epoche der Weltkriege, die vor dem Ersten Weltkrieg beginnt und teils bis in die Gegenwart nachwirkt,[59] lässt sich ohne das Militär als Akteur nicht begreifen. Sie ist für eine Analyse der militärischen Medienbeziehungen besonders geeignet, da sich führende Streitkräftevertreter in ihrem Verlauf immer wieder der Medienarbeit widmeten und diese innerhalb der Streitkräfte fest verankert wurde. Die konkreten Anfangs- und End-

[57] Jürgen Kocka, Comparison and Beyond, in: History and Theory 42 (2003), S. 39–44; siehe auch: Martin Aust und Daniel Schönpflug, Vom Gegner lernen. Einführende Überlegungen zu einer Interpretationsfigur der Geschichte Europas im 19. und 20. Jahrhundert, in: dies. (Hrsg.), Vom Gegner lernen. Feindschaften und Kulturtransfers im Europa des 19. und 20. Jahrhunderts, Frankfurt am Main 2007, S. 9–35, *passim*; Matthias Middell, Kulturtransfer und Historische Komparatistik – Thesen zu ihrem Verhältnis, in: Comparativ 10 (2000), S. 7–41, insbesondere S. 36, 39; Hartmut Kaelble und Jürgen Schriewer (Hrsg.), Vergleich und Transfer. Komparatistik in den Sozial-, Geschichts- und Kulturwissenschaften, Frankfurt am Main 2003; siehe auch: Kiran Klaus Patel, Überlegungen zu einer transnationalen Geschichte, in: ZfG 52 (2004), S. 626–645; eines der bekanntesten Beispiele für dieses gegenseitige Lernen ist die Vorbildwirkung des preußischen Heeres vor dem Ersten Weltkrieg, siehe Michael D. Welch, Science in a Pickelhaube. British Military Lesson Learning at the RUSI (1870–1900), London 1999, *passim*. Für die Konstruktion eines transnationalen militärischen Raums und die Vorbildwirkung der jeweils international als am ‚modernsten' geltenden Streitkräfte Jakob Vogel, Lernen vom Feind. Das Militär als Träger des deutsch-französischen Kulturtransfers im 19. Jahrhundert, in: François, E., et al. (Hrsg.), Marianne – Germania. Deutsch-französischer Kulturtransfer im europäischen Kontext. Les transferts culturels France-Allemagne et leur contexte européen 1789–1914, Leipzig 1998, S. 93–110, *passim*.

[58] Keinesfalls friert der Vergleich den Zeitfluss ein, siehe Michael Werner und Bénédicte Zimmermann, Beyond Comparison. *histoire croisée* and the Challenge of Reflexivity, in: History and Theory 45 (2006), S. 30–50, hier: 35; dies., Vergleich, Transfer, Verflechtung. Der Ansatz der *Histoire croisée* und die Herausforderung des Transnationalen, in: GuG 28 (2002), S. 607–636.

[59] Siehe Bruno Thoss, Die Zeit der Weltkriege. Epochen- als Erfahrungseinheit?, in: ders. und Hans-Erich Volkmann (Hrsg.), Erster Weltkrieg, Zweiter Weltkrieg. Ein Vergleich, Paderborn 2002, S. 7–32 (Thoss, Epochen), insbesondere S. 9.

punkte sind dabei ‚weich' gehalten: Der Anfang liegt um die Wende zum 20. Jahrhundert, in Deutschland in der Medienarbeit für die Flottenrüstung, in Großbritannien in Debatten über die Informationssicherheit. Auch das Ende des Zeitraums ist an inhaltlichen Gesichtspunkten ausgerichtet. Für Deutschland schließt die primär chronologisch aufgebaute Untersuchung mit der Auflösung der Wehrmacht 1945,[60] während die Analyse im britischen Fall in Form eines Ausblicks bis in die frühen 1950er Jahre fortschreitet, wo im Kontext des Kalten Krieges und der veränderten internationalen Landschaft auch in der militärischen Medienarbeit das Verhältnis zu den USA und supranationalen Organisationen eine immer wichtigere Rolle zu spielen begann.[61]

Innerhalb dieses Zeitraums waren Deutschland und Großbritannien als führende europäische Mächte nicht nur an den Weltkriegen als wesentliche Gegner von Anfang bis Ende beteiligt; sie standen auch in den Friedensjahren in engem Kontakt, beobachteten sich gegenseitig und waren bestrebt, voneinander zu lernen. Sie sind daher für einen diachron und synchron angelegten Vergleich, in dem Transferprozesse und Verflechtungen berücksichtigt werden, bestens geeignet. Beide Länder verfügten zudem über komplexe und ausdifferenzierte Medienlandschaften, die allerdings kulturell unterschiedlich geprägt waren.[62] Daniel C. Hallin und Paolo Mancini sehen in Großbritannien ein eher liberales, in Deutschland dagegen ein korporatistisches beziehungsweise polarisiert-pluralistisches Mediensystem.[63] Peter J. Humphreys spricht etwas vereinfachter von der Tradition eines schwachen Staates in Großbritannien, der eines starken in Deutschland – womit auch ein höherer Grad an staatlicher Kontrolle der Medien einhergegangen sei.[64] Diese Lesart wird durch die These James Currans und Jean Seatons unterstützt, dass die Kontrolle der Medien in Großbritannien von der Mitte des 19. Jahrhunderts an eher mit wirtschaftlichen als formaljuristischen Methoden angestrebt worden sei.[65] Über diese unterschiedlichen politisch-kulturellen Kontexte der Mediensysteme hinaus bieten Deutschland und Großbritannien die

[60] Obwohl einzelne Akteure aus dem militärischen Umfeld auch nach dem (vorläufigen) Ende des Kollektivakteurs ‚Militär' in Deutschland Medienarbeit betrieben, siehe Uziel, Propaganda, S. 24.

[61] Vgl. Thoss, Epochen; Jenny Macleod und Pierre Purseigle, Introduction. Perspectives in First World War Studies, in: dies. (Hrsg.), Uncovered Fields. Perspectives in First World War Studies, Boston 2004, S. 1–23, hier S. 17.

[62] Besonders erhellend durch seinen größeren Kontext, wenn auch vor allem auf die Printmedien konzentriert: Jörg Requate, ‚Amerikanisierung' als Grundzug der europäischen Medienentwicklung des 20. Jahrhunderts?, in: Ute Daniel und Axel Schildt (Hrsg.), Massenmedien im Europa des 20. Jahrhunderts, Köln 2010, S. 35–58. Zum Radio siehe Stöber, Neue Medien, S. 188–198. Siehe ferner oben, Fußnote 17 und Fußnote 32.

[63] Daniel C. Hallin und Paolo Mancini, Comparing Media Systems. Three Models of Media and Politics, New York 2009, S. 60, 67–70, 73–75, 143–158, 198–242; Dank für den Hinweis gebührt Ute Daniel. Beachte auch Bösch, Geheimnisse, S. 470; Stöber, Neue Medien, S. 337–349.

[64] Peter J. Humphreys, Mass Media and Media Policy in Western Europe, Manchester 1996, S. 30 f., 115 f. Mit Dank für den Hinweis an Ute Daniel; siehe auch Faulstich, Mediengeschichte, S. 55 f.; Kohlrausch, Medien, S. 311.

[65] Curran und Seaton, Power, S. 3–5.

Möglichkeit, eine stabile parlamentarische (beziehungsweise parlamentarisch-konstitutionelle) Monarchie einem Land gegenüberzustellen, das innerhalb der Untersuchungszeit von einer (von Preußen dominierten) bundesstaatlich organisierten, konstitutionellen Monarchie zu einer erst parlamentarischen, dann präsidialen Demokratie und schließlich zu einer Diktatur wurde. Die Beispiele Deutschland und Großbritannien ermöglichen es somit, Streitkräfte mit ihren Medienbeziehungen innerhalb kulturell verschieden geprägter und unterschiedlich verfasster Staaten zu analysieren.[66]

Forschungsstand und Quellen

Zum Themenfeld ‚Medien' und ‚Krieg' existieren zahlreiche Studien, in denen allerdings das Militär selten als Akteur fokussiert wird. Hierauf liegt im folgenden Forschungsstand zur militärischen Medienarbeit ein besonderes Augenmerk.

Vorkriegszeit

Die militärische Medienarbeit in Deutschland und Großbritannien hatte in der Vorkriegszeit drei Schwerpunkte, namentlich die Auseinandersetzung des deutschen Heeres mit kritischen linken Medien, den Finanzbedarf der britischen und deutschen Seestreitkräfte angesichts technologischer und strategischer Veränderungen und die Sorgen beider Streitkräfte um die Informationssicherheit angesichts neuer Kommunikationstechnologien. Im Fokus der Forschung stand bisher die deutsche Marine. Wilhelm Deists Studie zum Nachrichtenbüro des Reichsmarineamts unter Tirpitz erschloss den wichtigsten institutionellen Akteur dieser Zeit, dessen Medienarbeit auf Parlament und Öffentlichkeit zielte. Leider endet die Studie, die Aufstieg und Niedergang des Büros skizziert, mit dem Ersten Weltkrieg. Längerfristige Kontinuitätslinien bleiben dadurch unbeleuchtet.[67] Die Interaktion der Royal Navy mit den Medien wurde lediglich im Kontext der Flottenbegeisterung behandelt.[68] Hier waren einzelne Admirale aktiv, vor allem Fisher. Dessen Medienbeziehungen werden schlaglichtartig in Arthur Jacob Marders Edition seiner Briefe beleuchtet; der Admiral stützte sich auf persönliche Kontakte zu Journalisten.[69] Die Fruchtbarkeit eines synchronen Vergleichs zeigt

[66] Zur Rolle des ‚Umfeldes' bei PR-Strategien siehe HAZLETON, Theory, S. 33–37.

[67] WILHELM DEIST, Flottenpolitik und Flottenpropaganda. Das Nachrichtenbureau des Reichsmarineamtes 1897–1914, Stuttgart 1976; siehe auch ders., Reichsmarineamt und Flottenverein 1903–1906, in: ders., Militär, Staat und Gesellschaft. Studien zur preußisch-deutschen Militärgeschichte, München 1991, S. 57–81; JOHANNES ETMANSKI, ‚Blaue Jungens' und Schlachtflottenbau. Die Flottenpropaganda des Admiral Tirpitz 1897–1900. Die Genese eines modernen Propagandakonzepts in Deutschland, in: Thilo Eisermann, Dirk Maczkiewitz und Raoul Zühlke (Hrsg.), Propaganda. Von der Macht des Wortes zur Macht der Bilder, Hamburg 1998, S. 105–131.

[68] W. MARK HAMILTON, The Nation and the Navy. Methods and Organization of British Navalist Propaganda, 1889–1914, New York 1986.

[69] ARTHUR JACOB MARDER (Hrsg.), Fear God and Dread Nought. The Correspondence of Admiral of the Fleet Lord Fisher of Kilverstone, 3 Bde., Oxford 1952–1959.

Dominik Geppert in seiner Arbeit zu ‚Pressekriegen' zwischen Deutschland und Großbritannien: Er demonstriert, dass Tirpitz' Aktivitäten an idealisierten britischen Vorbildern orientiert waren. Zudem weist er darauf hin, dass die Medienarbeit beider Seiten bei ähnlichen Zielen unterschiedlich gehandhabt wurde.[70]

Die Debatte um die Sicherheit militärischen Geheimwissens, also Technologien, Befestigungen, Truppenbewegungen etc., wurde für Großbritannien beleuchtet: Nicholas Wilkinson legte eine quellenreiche Arbeit vor, in der er die Geschichte des Admiralty, War Office and Press Committee (Press Committee) schildert. Dieses besteht seit 1912 und löste die akuten Sorgen des britischen Militärs um die Informationssicherheit in Kooperation mit den Medien. Obwohl das Militär nicht als Akteur im Mittelpunkt steht, ist die Arbeit aufschlussreich, da die Vorgeschichte des Komitees im 19. Jahrhundert aufgegriffen und seine Entwicklung durch das 20. Jahrhundert verfolgt wird. Durch die längerfristige Perspektive wird deutlich, dass das britische Militär immer wieder auf Erfahrungen im Umgang mit Medien zurückgriff – auch dann, wenn diese von anderen Streitkräften gemacht wurden, beispielsweise im Russisch-Japanischen Krieg 1904/05.[71] Dass das deutsche Militär ähnliche Sorgen hatte, ist bisher nur in einer nicht veröffentlichten Studie des Nachrichtendienstoffiziers Friedrich Gempp dokumentiert.[72]

Darüber hinaus erscheinen die Medienbeziehungen der Heere vor dem Ersten Weltkrieg kaum in der Literatur. Im Kontext der deutschen Rüstungspolitik werden am Rande die Medienaktivitäten Oberstleutnant August Keims erwähnt,[73] während Markus Ingenlath den Umgang des Heeres mit linken Medienprodukten

[70] Dominik Geppert, Pressekriege. Öffentlichkeit und Diplomatie in den deutsch-britischen Beziehungen (1896–1912), München 2007, S. 233–255; ferner das entsprechende Kapitel in Michael Kunczik, Geschichte der Öffentlichkeitsarbeit in Deutschland, Köln 1997.

[71] Nicholas Wilkinson, Secrecy and the Media. The Official History of the United Kingdom's D-Notice System, London 2009; siehe auch Alasdair Palmer, The History of the D-Notice Committee, in: Christopher Maurice Andrew und David Dilks (Hrsg.), The Missing Dimension. Governments and Intelligence Communities in the Twentieth Century, London 1984, S. 227–249; viele wichtige Quellen zitiert Nicholas Peter Hiley, Making War. The British News Media and Government Control, 1914–1916, PhD., Milton Keynes 1984; für die Mediendebatte um militärisch relevante Informationen vor der Gründung siehe auch, leider mit einzelnen fragwürdigen Schlussfolgerungen aufgrund fehlerhafter Zitate, Philip Towle, The Debate on Wartime Censorship in Britain 1902–1914, in: Brian Bond und Ian Roy (Hrsg.), War and Society. A Yearbook of Military History (Bd. 1), London 1975, S. 103–116.

[72] Geheimer Nachrichtendienst u. Spionageabwehr des Heeres. Im Auftrag des Reichskriegsministeriums erstellt von Generalmajor a.D. Gempp, insgesamt 11 Bde. Hier Bd. 1, 1866–1914, Bundesarchiv-Militärarchiv, Freiburg im Breisgau (BAMA), RW 5/654 D (Gesamtwerk unter Bandangabe im Folgenden zitiert als Gempp, Nachrichtendienst); beachte die Konkordanzübersicht bei Hilmar-Detlef Brückner, Die Nachrichtenoffiziere (N.O.) der Sektion/Abteilung III B des Großen Generalstabes der Preußisch-Deutschen Armee 1906–1918, in: Jürgen W. Schmidt (Hrsg.), Geheimdienste, Militär und Politik in Deutschland, Ludwigsfelde 2008, S. 16–76, hier S. 75.

[73] Geoff Eley, Reshaping the German Right. Radical Nationalism and Political Change After Bismarck, New Haven 1980; Stig Förster, Der Doppelte Militarismus. Die deutsche Heeresrüstungspolitik zwischen Status-quo-Sicherung und Aggression 1890–1913, Stuttgart 1985; Wolfgang J. Mommsen, Lenkung und Selbstzensur der deutschen Presse im Kaiserreich, in: Michal Andel, Detlef Brandes, Alfons Labisch, Jiří Pešek und Thomas Ruzicka (Hrsg.), Propa-

im Bayerischen I. Armeekorps (A.K.) beleuchtet.[74] A. J. A. Morris geht in einem Kapitel seiner Arbeit zur Rolle der Medien in der britischen Vorkriegspolitik auf das Militär ein und Heather Streets untersucht die Medienarbeit des britischen Feldmarschalls Frederick Roberts.[75]

Ein systematischer Vergleich der Medienarbeit der Streitkräfte beider Länder, der über eine Untersuchung einzelner medienstrategischer Ziele hinausgeht und die Erfahrungen und Wahrnehmungen der militärischen Akteure in den Mittelpunkt stellt, fehlt bisher.

Erster Weltkrieg

Die umfangreiche Medienarbeit im Ersten Weltkrieg wurde unter nationalen Perspektiven erforscht. Vergleichende Arbeiten fehlen auch für diesen Zeitraum weitgehend, was angesichts des grenzüberschreitenden Handelns der Streitkräfte besonders bedauerlich ist.[76] Dies gilt gerade für Übersichtswerke, aus denen sich neben den Institutionen, Praktiken und Inhalten der Medienarbeit die wesentlichen Interessen des Militärs ersehen lassen: Zunächst stand die Informationssicherheit im Mittelpunkt. Die entsprechende Zensur sollte insbesondere in Deutschland zusätzlich das Kriegsbild der Bevölkerung im Sinne des Militärs beeinflussen.[77] Im Kriegsverlauf kam Propaganda zur Stärkung der Moral (im Sinne des englischen *morale*, in Deutschland häufig auch als ‚Haltung' bezeichnet) der ‚Heimatfront' hinzu.[78] Während hierzu einige Studien vorliegen, sind Versuche, das neutrale oder gegnerische Ausland zu beeinflussen, weniger untersucht. Als Akteur mit eigenen Erfahrungen, Wahrnehmungen und Zielen wurde das Militär bisher vor allem in den Blick genommen, wenn es in Konflikte mit der zivilen Regierung geriet, namentlich in Deutschland.

Dirk Stegmann betont, dass Oberste Heeresleitung (OHL) und zivile Regierung in Deutschland anhand der Kontrolle über die Medienbeziehungen ihren Konflikt über Kriegsziele und Innenpolitik austrugen.[79] David Welch sieht in der

ganda, (Selbst-)Zensur, Sensation. Grenzen von Presse- und Wissenschaftsfreiheit in Deutschland und Tschechien seit 1871, Essen 2005, S. 15–31.

[74] Markus Ingenlath, Mentale Aufrüstung. Militarisierungstendenzen in Frankreich und Deutschland vor dem Ersten Weltkrieg, Frankfurt am Main 1998.

[75] A. J. A. Morris, The Scaremongers. The Advocacy of War and Rearmament 1896–1914, London 1984; Heather Streets, Military Influence in Late Victorian and Edwardian Popular Media. The Case of Frederick Roberts, in: Journal of Victorian Culture 8 (2003), 2, S. 231–256. Dank für den Hinweis auf letztere Studie gebührt Markus Mößlang.

[76] Macleod und Purseigle, Introduction, S. 5; Jean-Jacques Becker und Gerd Krumeich, Der Große Krieg. Deutschland und Frankreich 1914–1918, Essen 2010, S. 9.

[77] Aufsätze zur Zensur in den fünf wesentlichen Kriegsteilnehmerländern sind versammelt in Troy R. E. Paddock (Hrsg.), A Call to Arms. Propaganda, Public Opinion, and Newspapers in the Great War, Westport 2004.

[78] Zu diesem Ergebnis kommt auch Florian Altenhöner, Kommunikation und Kontrolle. Gerüchte und städtische Öffentlichkeiten in Berlin und London 1914/1918, München 2008.

[79] Dirk Stegmann, Die deutsche Inlandspropaganda 1917/18. Zum innenpolitischen Machtkampf zwischen OHL und ziviler Reichsleitung in der Endphase des Krieges, in: MGM 2 (1972), S. 75–113; für einen weiteren Blick auf die Konflikte zwischen ziviler Regierung und Militärführung,

'politischen' Medienarbeit der OHL gar einen wichtigen Grund für den Bruch mit der Regierung.[80] Die entsprechenden Aktivitäten General Erich Ludendorffs sind bisher kaum beleuchtet worden. Generalfeldmarschall Paul von Hindenburgs Geschick darin, mediales Interesse an seiner Person zu stimulieren und für seine Zwecke zu nutzen, wird in der von Wolfram Pyta verfassten Biographie gezeigt.[81] Wesentliche Quellen zu 'Militär und Innenpolitik' hat Deist zusammengestellt und ausführlich kommentiert.[82] Er demonstriert, dass im Kriegsverlauf der Einfluss des Militärs auf die deutsche Medienarbeit zunahm und die Einflussnahme gegenüber der Informationskontrolle an Bedeutung gewann.[83]

Auch in Großbritannien waren die Beziehungen zwischen beiden Führungsebenen gespannt, und die Medienbeziehungen der Militärspitze wurden von zivilen Politikern als Bedrohung wahrgenommen. Allen voran gilt das für David Lloyd George, der die Medien besonders beachtete, da es ihm über weite Abschnitte des Krieges an parteipolitischem Rückhalt fehlte.[84] J. M. McEwen argumentiert, dass die Offiziere im medial ausgetragenen Streit über die richtige Strategie den Politikern unterlagen, da sie die Eigendynamiken der Medien nicht erkannten.[85] Stephen Badsey betont, dass Feldmarschall Sir Douglas Haig die praktische Interaktion mit den Medien weitgehend Untergebenen überließ, da er im Umgang mit ersteren wenig versiert war. Eine aktive Rolle Haigs im medialen Duell mit der Politik weist er daher zurück.[86]

Für die Medienarbeit im eigenen Land ist für Großbritannien vor allem eine Untersuchung von Cate Haste zu erwähnen. Sie zeigt, wie die Heimat mithilfe der Medienarbeit kriegsbereit gemacht und gehalten werden sollte.[87] In Deutschland sollte zunächst unter Verweis auf das 'Augusterlebnis' der 'Burgfrieden' bewahrt

in denen auch die Medienarbeit eingesetzt wurde, siehe nach wie vor Gerhard Ritter, Die Tragödie der Staatskunst. Bethmann Hollweg als Kriegskanzler (1914–1917) (Staatskunst und Kriegshandwerk. Das Problem des 'Militarismus' in Deutschland, Bd. 3), München 1964 und ders., Die Herrschaft des deutschen Militarismus und die Katastrophe von 1918 (Staatskunst und Kriegshandwerk. Das Problem des 'Militarismus' in Deutschland, Bd. 4), München 1968.

[80] David Welch, Germany, Propaganda and Total War, 1914–1918. The Sins of Omission, London 2000.

[81] Wolfram Pyta, Hindenburg. Herrschaft zwischen Hohenzollern und Hitler, München 2009.

[82] Wilhelm Deist (Hrsg.), Militär und Innenpolitik im Weltkrieg 1914–1918. 2 Bde., Düsseldorf 1970.

[83] Ders., Zensur und Propaganda in Deutschland während des Ersten Weltkrieges, in: ders., Militär, Staat und Gesellschaft. Studien zur preußisch-deutschen Militärgeschichte, München 1991, S. 153–163; siehe auch, mit einem Fokus auf der Modernisierung der deutschen Medienarbeit, Anne Schmidt, Belehrung – Propaganda – Vertrauensarbeit. Zum Wandel amtlicher Kommunikationspolitik in Deutschland 1914–1918, Essen 2006.

[84] David R. Woodward, Lloyd George and the Generals, London ²2004; Michael S. Neiberg, Cromwell on the Bed Stand. Allied Civil-Military Relations in World War I, in: Jenny Macleod und Pierre Purseigle (Hrsg.), Uncovered Fields. Perspectives in First World War Studies, Boston 2004, S. 61–77.

[85] J. M. McEwen, 'Brass Hats' and the British Press During the First World War, in: CanJH 18 (1983), S. 43–67.

[86] Stephen Badsey, Haig and the Press, in: Brian Bond und Nigel Cave (Hrsg.), Haig. A Re-Appraisal 80 Years On, Barnsley 2009, S. 176–195.

[87] Cate Haste, Keep the Home Fires Burning. Propaganda in the First World War, London 1977.

werden.[88] Schließlich wurde eine großangelegte Aufklärungskampagne, der Vaterländische Unterricht (VU), von der OHL ins Leben gerufen, der neben den Soldaten auch die Zivilbevölkerung erreichen sollte.[89]

Hinsichtlich der Medienarbeit für das Ausland betont Alice Goldfarb Marquis, dass Deutschland durch den Einmarsch in Belgien gegenüber den Neutralen im Nachteil war (was die britischen Zeitgenossen anders sahen).[90] Die später zunehmende Bedeutung des feindlichen Auslands zeigt Mark Cornwall; er analysiert die britischen Kampagnen gegen Österreich-Ungarn vor dem Hintergrund der deutschen Bemühungen in Russland. Das britische Militär wird hier als Teil einer internationalen Allianz und in Kooperation mit dem Foreign Office vorgestellt.[91]

Unter den Überblickswerken sind vor allem zwei Arbeiten erwähnenswert: Martin Creutz erweitert für Deutschland die Darstellung der zahlreichen Institutionen der Medienarbeit um die Perspektive Erhard Deutelmosers, eines Offiziers, der im Kriegsverlauf aus dem Umfeld der OHL in das der zivilen Regierung wechselte. Creutz zeigt, dass Politik, Militär und Medien ein Medienbild teilten, nach dem die Medien Befehlsempfänger von Militär und Politik waren. Tatsächlich kooperierten die Medien mit den Obrigkeiten, was im Kriegsverlauf dazu führte, dass ihre Darstellung des Krieges immer weiter von der Realität abwich, bis die Bevölkerung den Glauben an das ihr gebotene Bild verlor.[92] Bei aller Kooperation war die Zensur höchst umstritten. Die zuständigen stellvertretenden Kommandierenden Generale gingen unkoordiniert und harsch mit den Medien um, auch aus Sicht der militärischen Spitze.[93] Michael L. Sanders und

[88] Jeffrey Verhey, The Spirit of 1914. Militarism, Myth and Mobilization in Germany, Cambridge 2006.

[89] Jürgen Förster, Weltanschauung als Waffe. Vom ‚Vaterländischen Unterricht' zur ‚Nationalsozialistischen Führung', in: Bruno Thoß und Hans-Erich Volkmann (Hrsg.), Erster Weltkrieg, Zweiter Weltkrieg. Ein Vergleich, Paderborn 2002, S. 287–300.

[90] Im Übrigen kommt Marquis zu dem Schluss, dass das ‚freiwillige' britische System der Medienlenkung besser funktioniert habe als das deutsche ‚Zwangssystem': Alice Goldfarb Marquis, Words as Weapons. Propaganda in Britain and Germany During the First World War, in: JCH 13 (1978), S. 467–498.

[91] Mark Cornwall, The Undermining of Austria-Hungary. The Battle for Hearts and Minds, Basingstoke 2000; siehe auch Eitan Bar-Yosef, The Last Crusade? British Propaganda and the Palestine Campaign, 1917–1918, in: JCH 36 (2001), S. 87–110; des Weiteren die Erinnerungen des britischen Presseoffiziers Lytton, der die Bedeutung der neutralen Journalisten besonders betont, Neville Lytton, The Press and the General Staff, London 1920.

[92] Martin Creutz, Die Pressepolitik der kaiserlichen Regierung während des Ersten Weltkriegs. Die Exekutive, die Journalisten und der Teufelskreis der Berichterstattung, Frankfurt am Main 1996; siehe auch: Kurt Mühsam, Wie wir belogen wurden. Die amtliche Irreführung des deutschen Volkes, München 1918; Walter Vogel, Die Organisation des amtlichen Presse- und Nachrichtenwesens des Deutschen Reiches von den Anfängen unter Bismarck bis zum Beginn des Jahres 1933, in: Zeitungswissenschaft: Monatsschrift für internationale Zeitungsforschung 16 (1941), S. 1–108; Kurt Koszyk, Deutsche Pressepolitik im Ersten Weltkrieg, Düsseldorf 1968.

[93] Christoph Cornelissen, Militärzensur der Presse im Deutschen Kaiserreich während des Ersten Weltkriegs, in: Michal Andel, Detlef Brandes, Alfons Labisch, Jiří Pešek und Thomas Ruzicka (Hrsg.), Propaganda, (Selbst-)Zensur, Sensation. Grenzen von Presse- und Wissenschaftsfreiheit in Deutschland und Tschechien seit 1871, Essen 2005, S. 33–50.

Philip M. Taylor legten das wichtigste Werk zur britischen Medienarbeit vor. Das britische Militär habe sich dieser nur zögerlich gewidmet, sie im Kriegsverlauf aber als Alternative zu Kämpfen an den unbeweglichen Fronten erkannt – womit auch die Moral der Heimat als Ziel der Medienarbeit in den Fokus rückte.[94] Wie Creutz heben auch sie die Rolle ‚neuer' Medien hervor.[95] Gerade am Beispiel des Films weisen sie auf die Bedeutung privater Initiativen hin, nicht zuletzt in Großbritannien, wo mit *The Battle of the Somme* der bekannteste Kriegsfilm des Ersten Weltkriegs entstand, während Deutschland das Bild- und Filmamt (BuFA) und die Universum Film A.G. (Ufa) aufbaute.[96] Die Bewertung der Medienarbeit steht allerdings in der Arbeit Creutz' und derjenigen Sanders' und Taylors unter den Vorzeichen des Propagandasyndroms, das einen Erfolg der Propaganda voraussetzt und deshalb nur aufseiten der Sieger gelungene Propaganda ausmachen kann. Creutz sieht dementsprechend ein Scheitern der deutschen Medienarbeit, Sanders und Taylor konstatieren eine große Wirkung der britischen.[97]

Zwischenkriegszeit

Zwei miteinander verknüpfte Dynamiken, eine zeitliche und eine räumliche, prägten die militärische Medienarbeit der Zwischenkriegszeit. Chronologisch betrachtet ging der Umfang der Medienarbeit nach dem Ersten Weltkrieg in beiden Ländern stark zurück, nahm aber in den 1930er Jahren von Deutschland ausge-

[94] Michael L. Sanders und Philip M. Taylor, Britische Propaganda im Ersten Weltkrieg 1914–1918, Berlin 1990 (Original London 1982); siehe auch Edward Tyas Cook, The Press in War-Time. With Some Account of the Official Press Bureau. An Essay, London 1920; Colin John Lovelace, Control and Censorship of the Press During the First World War, PhD., London 1982; Andrew Steed, British Propaganda and the First World War, in: Ian Stewart und Susan L. Carruthers (Hrsg.), War, Culture and the Media. Representations of the Military in 20th Century Britain, Trowbridge 1996, S. 22–37.

[95] Hierzu liegen auch zahlreiche gesonderte Studien vor. Zur besonderen Rolle der Bilder siehe Thilo Eisermann, Pressephotographie und Informationskontrolle im Ersten Weltkrieg. Deutschland und Frankreich im Vergleich, Hamburg 2000; des Weiteren: Eberhard Demm, Propaganda and Caricature in the First World War, in JCH 28 (1993), S. 163–192; Raoul Zühlke (Hrsg.), Bildpropaganda im Ersten Weltkrieg, Hamburg 2000; Jim Aulich und John Hewitt, Seduction or Instruction? First World War Posters in Britain and Europe, Manchester 2007; Christine Brocks, Die bunte Welt des Krieges. Bildpostkarten aus dem Ersten Weltkrieg 1914–1918, Essen 2008; Steffen Bruendel, Vor-Bilder des Durchhaltens. Die deutsche Kriegsanleihe-Werbung 1917/18, in: Arnd Bauerkämper und Elise Julien (Hrsg.), Durchhalten! Krieg und Gesellschaft im Vergleich 1914–1918, Göttingen 2010, S. 81–108.

[96] Vgl. zur Rolle des Films in Relation zum Bild Thilo Eisermann, Dirk Maczkiewitz und Raoul Zühlke (Hrsg.), Propaganda. Von der Macht des Wortes zur Macht der Bilder, Hamburg 1998; Paul, Gerhard, Bilder des Krieges – Krieg der Bilder. Die Visualisierung des modernen Krieges, Paderborn 2004; zum Film selbst Ulrike Oppelt, Film und Propaganda im Ersten Weltkrieg. Propaganda als Medienrealität im Aktualitäten- und Dokumentarfilm, Stuttgart 2002; Nicholas Reeves, Official British Film Propaganda During the First World War, London 1986; auch zur weiteren Entwicklung: Hans Barkhausen, Filmpropaganda für Deutschland im Ersten und Zweiten Weltkrieg, Hildesheim 1982; Klaus Kreimeier, Die Ufa-Story. Geschichte eines Filmkonzerns, München 1992.

[97] Creutz, Pressepolitik, S. 295–297; Sanders und Taylor, Propaganda, S. 214 – beachte aber auch, relativierend, S. 208 f.

hend wieder zu. Hier wurde ein Medienkrieg vorbereitet, der auf den Erfahrungen des Ersten Weltkriegs basierte. Damit ist die räumliche Dynamik angeschnitten: Während nach dem Kriegsende Großbritannien als führend in Sachen Propaganda galt, nahm in den späten 1930er Jahren Deutschland diese Rolle ein und wurde zum Vorbild für Großbritannien. Das gilt auch für das Militär. Die Medienarbeit der Wehrmacht steht im Zentrum der bisherigen Forschung. Selten dagegen sind Studien zur Medienarbeit des britischen Militärs der Zwischenkriegszeit.

Eine Ausnahme bildet Brian P. Murphys Untersuchung der Medienarbeit im Anglo-Irischen Krieg 1920/21, in der er auf das Militär eingeht und personelle wie methodische Kontinuitäten aus dem Ersten Weltkrieg betont.[98] Davon abgesehen wird ein allgemeiner Rückgang der Medienarbeit in Großbritannien verzeichnet – sie galt, so Taylor, als ‚unbritisch'.[99] Brian Bond legt dar, dass gerade das britische Heer angesichts antimilitaristischer Stimmung in der Bevölkerung empfindlich auf Presseangriffe reagierte. Eigene medienstrategische Gegenmaßnahmen führt er jedoch nicht an.[100]

Auch in Deutschland wurde der Umfang der Medienarbeit zunächst reduziert. Allerdings galt die britische Medienarbeit des Ersten Weltkriegs im Rahmen der Dolchstoßlegende als Erklärung für die eigene Niederlage – was nicht der Realität entsprach.[101] Gerade in politisch konservativen Kreisen (nicht so sehr in der Reichswehr selbst)[102] entstand eine zunehmend verwissenschaftlichte Debatte um die Propaganda und ihre Wirkungen, die Jeffrey Verhey übersichtlich darstellt.[103] Die Medienarbeit der Reichswehr, die hoffte, damit die Bevölkerung kriegswillig stimmen zu können, operierte dennoch eher im Verborgenen. Sie wurde sichtbar,

[98] Brian P. Murphy, The Origins and Organisation of British Propaganda in Ireland 1920, Aubane 2006, mit Dank für den Hinweis an Dr. Stephen Badsey.

[99] Philip M. Taylor, ‚If War Should Come' – Preparing the Fifth Arm for Total War 1935–1939, in: JCH 16 (1981), S. 27–51.

[100] Brian Bond, British Military Policy Between the Two World Wars, Oxford 1980.

[101] Deist, Zusammenbruch; siehe auch unten, Exkurs zur Dolchstoßlegende.

[102] Siehe hierzu James S. Corum, The Roots of Blitzkrieg. Hans von Seeckt and the German Military Reform, Lawrence 1992, S. 60 f.

[103] Jeffrey Verhey, Some Lessons of the War. The Discourse on Propaganda and Public Opinion in Germany in the 1920s, in: Bernd Hüppauf (Hrsg.), War, Violence and the Modern Condition, Berlin 1997, S. 99–118; siehe auch Wilhelm Deist, Auf dem Wege zur ideologisierten Kriegführung. Deutschland 1918–1945, in: ders., Militär, Staat und Gesellschaft. Studien zur preußisch-deutschen Militärgeschichte, München 1991, S. 385–429. Zu den wichtigsten zeitgenössischen Texten zählen Erich Ludendorff, Meine Kriegserinnerungen 1914–1918, Berlin 1919; Alfred von Tirpitz, Erinnerungen, Leipzig [6]1942; Walter Nicolai, Nachrichtendienst, Presse und Volksstimmung im Weltkrieg, Berlin 1920; Kurt Hesse, Der Feldherr Psychologos. Ein Suchen nach dem Führer der deutschen Zukunft, Berlin 1922; Walter Nicolai, Geheime Mächte. Internationale Spionage und ihre Bekämpfung im Weltkrieg und heute, Leipzig 1923; Albrecht Blau, Propaganda als Waffe, Berlin 1935; ders., Geistige Kriegführung, Potsdam 1937; ders., Die geistige Kriegführung im Rahmen der Gesamtkriegführung, in: Jahrbuch für Wehrpolitik und Wehrwissenschaften, Hamburg 1939, S. 93–106; dagegen kritisch: Erhard Deutelmoser, Die amtliche Einwirkung auf die deutsche Öffentlichkeit im Kriege, in: Die deutsche Nation 1 (1919), S. 18–22.

als das Militär unter Reichswehrminister Wilhelm Groener und Generalmajor Kurt von Schleicher eine starke Stellung innerhalb der deutschen Exekutive erlangte. Andreas Eichler identifiziert den Sommer 1932 als markanten Umbruchpunkt.[104] Jutta Sywottek zeigt anhand von Kampagnen, beispielsweise zur Aufrüstung, dass erst die Wehrmacht wieder in großem Stile Medienarbeit betrieb – insbesondere ab Ende 1933 und gemeinsam mit der nationalsozialistischen Regierung und dem Reichsministerium für Volksaufklärung und Propaganda (RMVP) unter Joseph Goebbels, der im Übrigen einen Kontrollanspruch über die Propaganda erhob, aber nicht durchsetzen konnte.[105] Medienarbeit für die Rekrutierung wurde beispielhaft für die Luftwaffe untersucht. Matthias Rogg legt dar, dass gerade die neueste der Teilstreitkräfte daran ging, sich mithilfe des Films als technisiert in Szene zu setzen.[106] Weitere Aspekte der Medienarbeit der Wehrmacht, die in der Forschung aufscheinen, sind die Verschleierung oder Betonung der deutschen Rüstung, die Positionierung gegenüber der SA sowie die Vorbereitung eines Medienkrieges, der die Fehler des Ersten Weltkriegs vermeiden sollte und durch die Ausbreitung des Radios zu einem – im Wortsinn – grenzenlosen Phänomen wurde.[107] Um ihn führen zu können, entstanden die Propagandakompanien (PK) und die Abteilung für Wehrmachtpropaganda im Oberkommando der Wehrmacht (WPr), die unter General Alfred Jodl angesiedelt wurde. Ihre Geschichte untersucht Daniel Uziel, dessen Studie im 19. Jahrhundert einsetzt und die PK durch den Zweiten Weltkrieg verfolgt, wobei er ihre Arbeitsweisen ebenso wie die Ziele und Inhalte ihrer Medienarbeit dokumentiert. Er zeigt, dass ihre ehemaligen Mitglieder nach dem Krieg aktiv blieben und ihre Arbeit für das Ansehen der Wehrmacht fortsetzten. Uziels Arbeit demonstriert die Erkenntnismöglichkeiten, die sich durch einen längerfristigen Untersuchungszeitraum eröffnen.[108] Aber auch seine Untersuchung steht unter dem Eindruck des Propagan-

[104] ANDREAS EICHLER, Kommunikatives Verhalten der Reichswehr 1926 bis 1933, München 1976; Wette verzeichnet eine zunehmende Wende hin zum Militärischen in den Medieninhalten um 1929/30, WOLFRAM WETTE, Ideologien, Propaganda und Innenpolitik als Voraussetzungen der Kriegspolitik des Dritten Reiches, in: Wilhelm Deist, Manfred Messerschmidt, Hans-Erich Volkmann und Wolfram Wette (Hrsg.), Ursachen und Voraussetzungen der deutschen Kriegspolitik, Stuttgart 1979, S. 23–173, hier S. 27f., 95f., 123f.

[105] JUTTA SYWOTTEK, Mobilmachung für den totalen Krieg. Die propagandistische Vorbereitung der deutschen Bevölkerung auf den 2. Weltkrieg, Opladen 1976; besonders zum Verhältnis zum RMVP siehe auch MOLL, Wehrmachtpropaganda, *passim*.

[106] MATTHIAS ROGG, Die Luftwaffe im NS-Propagandafilm, in: Bernhard Chiari, Matthias Rogg und Wolfgang Schmidt (Hrsg.), Krieg und Militär im Film des 20. Jahrhunderts, München 2003, S. 343–348.

[107] Siehe für Großbritannien ALICE GOLDFARB MARQUIS, Written on the Wind. The Impact of Radio During the 1930s, in: JCH 19 (1984), S. 385–415; für Deutschland vgl. FÜHRER, Massenmedium.

[108] UZIEL, Propaganda; siehe auch, knapper: ders., Blick zurück auf den vergangenen, Planung für den kommenden Krieg. Die Entwicklung der deutschen militärischen Propaganda, in: Bruno Thoß und Hans-Erich Volkmann (Hrsg.), Erster Weltkrieg, Zweiter Weltkrieg. Ein Vergleich, Paderborn 2002, S. 301–322; siehe auch, wegen der umfangreich zitierten Quellen, MARTIN JACKISCH und WERNER STANG, Vorstellungen der faschistischen deutschen Militärs über die Propaganda im Kriege, in: Militärgeschichte 25 (1986), S. 240–251.

dasyndroms: Er hat es sich auf die Fahnen geschrieben, „power and influence" der deutschen Kriegspropaganda zu messen.[109]

Mit seiner medialen Kriegsvorbereitung wurde Deutschland zum Vorbild für Großbritannien, gerade im Hinblick auf den Film.[110] Mithilfe der Filmwirtschaft wollte die britische Staatsspitze Stimmung für die Wiederaufrüstung machen, wie Nicholas Pronay aufzeigt.[111] Unter den Teilstreitkräften begann zuerst die Royal Navy, den Film für die Eigenwerbung zu entdecken, wofür er noch im Zweiten Weltkrieg genutzt wurde, in dem S. Paul MacKenzie den Durchbruch des Mediums verortet.[112] Den besten Überblick über die wieder zunehmende Medienarbeit im Großbritannien der 1930er Jahre und des Zweiten Weltkriegs bietet Ian McLaines Studie zum Ministry of Information (MoI). Das Militär spielt hier jedoch nur eine Nebenrolle.[113]

Die erkenntnisfördernden Möglichkeiten vergleichender Studien blieben im Hinblick auf die militärische Medienarbeit der Zwischenkriegszeit bisher ungenutzt.

Zweiter Weltkrieg

Im Zweiten Weltkrieg schienen die Informationssicherheit und die entsprechende Zensur für die Streitkräftespitzen zur Routine geworden zu sein; sie wurde Experten überlassen – und bleibt in der Forschung randständig. Große Konflikte zwischen militärischer und ziviler Führung brachen nicht aus, obwohl Goebbels versuchte, Einfluss auf die Abteilung für Wehrmachtpropaganda zu gewinnen, und die Medienarbeit der Wehrmacht nach dem Anschlag vom 20. Juli 1944 stärker kontrolliert wurde.[114] Im Vordergrund stand die psychologische Kriegführung: Der Zweite Weltkrieg war von Beginn an ein Medienkrieg, basierend auf den Lehren des Ersten Weltkriegs und den Möglichkeiten der Radiotechnologie. Für diesen Medienkrieg existieren neben nationalen Studien auch vergleichende Arbeiten und solche, die die Erfahrungen und Wahrnehmungen des Militärs in den Mittelpunkt stellen.

Schon Michael L. G. Balfours Überblickswerk demonstriert die Erkenntnismöglichkeiten des Vergleichs. Der Autor war an der britischen Medienarbeit im Zwei-

[109] Uziel, Propaganda, S. 18.

[110] Gerhard Paul, Krieg und Film im 20. Jahrhundert. Historische Skizze und methodologische Überlegungen, in: Bernhard Chiari, Matthias Rogg und Wolfgang Schmidt (Hrsg.), Krieg und Militär im Film des 20. Jahrhunderts, München 2003, S. 3–76.

[111] Nicholas Pronay, Rearmament and the British Public. Policy and Propaganda, in: James Curran (Hrsg.), Impacts and Influences. Essays on Media Power in the Twentieth Century, London 1987, S. 53–96.

[112] S. Paul MacKenzie, British War Films, 1939–1945. The Cinema and the Services, London 2001.

[113] Ian McLaine, Ministry of Morale: Home Moral and the Ministry of Information in World War II, London 1979.

[114] Sehr anschaulich argumentiert bei Erich Murawski, Der deutsche Wehrmachtbericht 1939–1945. Ein Beitrag zur Untersuchung der geistigen Kriegführung. Mit einer Dokumentation der Wehrmachtberichte vom 1. 7. 1944 bis zum 9. 4. 1945, Boppard am Rhein 1962, S. 137–141.

ten Weltkrieg beteiligt und steht starken Wirkungsannahmen kritisch gegenüber. Er kann jedoch zeigen, dass sich beide Seiten beständig beobachteten und aufeinander reagierten.[115] Auch Jo Fox, die die Filmpropaganda Deutschlands und Großbritanniens untersucht, spricht der Medienarbeit einen Einfluss auf den Kriegsausgang ab. Sie betont allerdings, dass die britische Führung auch nach dem Krieg von der Notwendigkeit der Medienarbeit überzeugt war. Sie verdeutlicht zudem, dass Deutschland und Großbritannien oftmals ähnliche Ziele verfolgten, die entsprechenden Filme aber national geprägte Unterschiede aufwiesen.[116] Einen verwandten Punkt betont Thomas Kubetzky, der die Heldenbildkonstruktionen der Generale George Patton, Bernard Montgomery und Erwin Rommel untersucht. Er demonstriert, dass diese nach ähnlichen Mustern funktionierte, die Medienarbeit aber anders gehandhabt wurde. In Deutschland erfolgte sie als gezielte Kampagne auf Goebbels' Initiative hin, in Großbritannien war sie primär Produkt medialer Eigendynamik, auf die Montgomery einging.[117] Angesichts der bereits genannten Befunde Gepperts zu den Jahren vor dem Ersten Weltkrieg regt dies zu einem diachronen Vergleich der Medienbilder an, der bisher jedoch fehlt.

Für den britischen Medienkrieg (‚politische Kriegführung') liegen einige Untersuchungen vor. Hervorzuheben ist Daniel Lerners Analyse der alliierten militärischen Medienarbeit nach der Landung in der Normandie.[118] Michael Stenton zeigt, dass auch die britische militärische Führung in der Medienarbeit einen wichtigen Bestandteil der Kriegführung sah.[119] Großbritannien war besonders daran interessiert, Neutrale für die eigene Seite zu gewinnen. Robert Cole weist darauf hin, dass Irland eine eigene Zensur hiergegen einsetzte.[120] Das Militär leg-

[115] Michael L. G. Balfour, Propaganda in War 1939–1945. Organisations, Policies and Politics in Britain and Germany, London 1979.

[116] Jo Fox, Film Propaganda in Britain and Nazi Germany. World War II Cinema, Oxford 2007; siehe auch, zum Einsatz des Films in Großbritannien unter besonderer Berücksichtigung der Filmeinheiten der Teilstreitkräfte, James Chapman, The British at War. Cinema, State and Propaganda, 1939–1945, London 1998; Jürgen Berger, Listen to Britain. Strukturen und Arbeitsweisen der Films Division des Ministry of Information 1939–45. Ein Beitrag zur Administrations- und Produktionsgeschichte britischer Filmpropaganda, Diss., Konstanz 2001, online unter: http://kops.ub.uni-konstanz.de/handle/urn:nbn:de:bsz:352-opus-7453 (zuletzt geprüft am 7. 3. 2013).

[117] Thomas Kubetzky, ‚The Mask of Command' Bernard L. Montgomery, George S. Patton und Erwin Rommel in der Kriegsberichterstattung des Zweiten Weltkriegs, 1941–1944/45, Berlin 2010; siehe auch ders., Die Inszenierung des Militärführers. Deutsche und britische Kriegsberichterstattung des Zweiten Weltkriegs zwischen Zensur und medialer Eigendynamik, in: Ute Daniel und Axel Schildt (Hrsg.), Massenmedien im Europa des 20. Jahrhunderts, Köln 2010, S. 357–381.

[118] Daniel Lerner, Psychological Warfare Against Nazi Germany. The Sykewar Campaign, D-Day to VE-Day, Cambridge 1971. Der Autor war Mitglied der hier untersuchten Abteilung.

[119] Michael Stenton, Radio London and Resistance in Occupied Europe. British Political Warfare 1939–1943, Oxford 2000; siehe auch Stanley Newcourt-Nowodworski, Black Propaganda in the Second World War, Stroud 2005.

[120] Robert Cole, Propaganda, Censorship and Irish Neutrality in the Second World War, Edinburgh 2006.

te vor allem Wert darauf, den Gegner in die Irre zu führen. Charles Grieg Cruickshank verdeutlicht in seiner Arbeit zur *deception* der Westalliierten, dass diese ungeplant von der Freiheit profitierten, die ihren Medien gelassen wurde – Spekulationen der Zeitungen über mögliche künftige Strategien der Alliierten waren eine willkommene Ergänzung eigener Verschleierungsversuche der Militärführung.[121] Am Beispiel des Bomber Command demonstriert M. Connelly, dass die jüngste britische Teilstreitkraft über 20 Jahre nach ihrer Gründung mithilfe der Medienarbeit für die eigenen Methoden warb, auch gegen interne Kritiker.[122]

Hinsichtlich des deutschen Medienkrieges (‚Propagandakrieg') ist Uziels Arbeit hervorzuheben.[123] Daneben verdient Rainer Rutz' Studie zur Illustrierten *Signal* besondere Beachtung: Er zeigt, wie es den Medienspezialisten der Wehrmacht gelang, ihre Unabhängigkeit unter Jodls Schutz zu wahren – zumindest bis zu Kriegsende die SS ihren Kontrollanspruch durchsetzen konnte.[124] Ortwin Buchbender und Horst Schuh bereichern ihre Studie zum deutschen Medienkrieg durch Seitenblicke auf andere Länder, legen den Schwerpunkt aber auf Frontpropaganda über Flugblätter.[125] Ihre Untersuchung steht jedoch ebenso unter dem Eindruck des Propagandasyndroms wie die Arbeit Martin A. Dohertys, der den über den Rundfunk ausgetragenen Medienkrieg gegen Großbritannien untersucht.[126]

[121] Charles Grieg Cruickshank, Deception in World War II, Oxford 1979; siehe speziell für die Tarnung im Vorfeld und die Beteiligung der Medien an der Operation *Overlord* auch Peter Braestrup (Mitarbeit), Battle Lines. Report of the Twentieth Century Fund Task Force on the Military and the Media, New York 1985, der ansonsten die USA untersucht.

[122] Mark Connelly, The British People, the Press, and the Strategic Air Campaign Against Germany, in: Contemporary British History 16 (2002), S. 39–58.

[123] Uziel, Propaganda; Uziel, Blick; siehe darüber hinaus; Martin Henry Sommerfeldt, Das Oberkommando der Wehrmacht gibt bekannt. Ein Augenzeugenbericht des Auslandsprechers des OKW, Frankfurt am Main 1952; Hasso von Wedel, Die Propagandatruppen der Deutschen Wehrmacht, Neckargemünd 1962; Georg Schmidt-Scheeder, Reporter der Hölle. Die Propaganda-Kompanien im 2. Weltkrieg. Erlebnis und Dokumentation, Stuttgart 1977; ferner, zu den Inhalten: Jürgen Schröder, Der Kriegsbericht als propagandistisches Kampfmittel der deutschen Kriegführung im Zweiten Weltkrieg, Diss., Berlin 1965; Ahlrich Meyer (Hrsg.), Der Blick des Besatzers. Propagandaphotographie der Wehrmacht aus Marseille 1942–1944, Bremen 1999; beachte besonders die kritischen Hinweise zur Bildinterpretation in Bernd Boll, Das Bild als Waffe. Quellenkritische Anmerkungen zum Foto- und Filmmaterial der deutschen Propagandatruppen 1938–1945, in: ZfG 54 (2006), S. 974–998; zur Abgrenzung der Medienspezialisten des Militärs von der staatlichen Medienarbeit nach dem Krieg Arthur Rathke, Das Oberkommando der Wehrmacht gibt bekannt, Hannover 1948 – der die These vertritt, dass Hitler und Goebbels selbst zu Opfern ihrer eigenen Propaganda wurden.

[124] Rainer Rutz, Signal. Eine deutsche Auslandsillustrierte als Propagandainstrument im Zweiten Weltkrieg, Essen 2007.

[125] Ortwin Buchbender und Horst Schuh, Die Waffe, die auf die Seele zielt. Psychologische Kriegführung 1939–1945, Stuttgart ²1988; siehe auch, für die deutsche Frontpropaganda gegen Russland: Buchbender, Erz.

[126] Martin A. Doherty, Nazi Wireless Propaganda. Lord Haw-Haw and British Public Opinion in the Second World War, Edinburgh 2000. Auch anderen Medien wurden gesonderte Studien gewidmet: Andreas Fleischer, ‚Feind hört mit!' Propagandakampagnen des Zweiten Weltkrieges im Vergleich, Münster 1994; Wolfgang Schmidt, ‚Maler an der Front'. Zur Rolle der Kriegsmaler und Pressezeichner der Wehrmacht im Zweiten Weltkrieg, in: Rolf-Dieter

Nachkriegszeit
Die Literaturlage für die in dieser Arbeit berücksichtigten ersten Nachkriegsjahre des britischen Militärs ist dürftig, sieht man von Studien zur Medienarbeit der britischen Militärregierung in Deutschland ab, die eher in den politischen als den militärischen Bereich zählt. Beachtenswert sind der dezidiert andere Umgang mit Erfahrungen im Vergleich zur Zwischenkriegszeit und die schnelle Wiederaufnahme des Medienkrieges – gegen die Sowjetunion.

Ein ehemaliger Presseoffizier Feldmarschall Dwight D. Eisenhowers, Oberst John Victor McCormack, machte sich dafür stark, die Erfahrungen des Zweiten Weltkriegs zu nutzen und für künftige Kriege zu lernen. Militär und Medien sollten kooperieren.[127] Dass diese Kooperation funktionieren konnte, zeigte das reaktivierte Press Committee: Auf Wunsch der Medienvertreter wurde der ehemalige Chefzensor des Ministry of Information, Admiral George Thomson, zu dessen Sekretär ernannt.[128]

Richard J. Fletcher beleuchtet den britischen Medienkrieg gegen die Sowjetunion. Dieser stand unter der Kontrolle des Foreign Office, wurde aber vom Militär explizit gefordert.[129] Der Kalte Krieg selbst, der als Medienkrieg par excellence gehandelt wird, ist nicht mehr Teil meiner Untersuchung. Dennoch sei erwähnt, dass gerade Autoren wie Taylor, die einen diachronen Überblick über die Medienarbeit mehrerer Länder geben, dazu neigen, diesen Konflikt unter dem Einfluss des Propagandasyndroms zu interpretieren.[130]

Fehlstellen der bisherigen Forschung
Der Forschungsüberblick ergibt das Bild einer militärischen Medienarbeit, die zunächst auf das Inland fokussiert war, ab dem Ersten Weltkrieg mit dem Medienkrieg aber auch zunehmend ausländische Zielgruppen anvisierte. Erklärungen für den schubweisen Ausbau der Medienarbeit bleiben rar; vereinzelt wird auf mediale Initiativen, die Vorbildwirkung des Gegners oder, gerade in Deutschland,

Müller und Hans-Erich Volkmann (Hrsg.), Die Wehrmacht. Mythos und Realität, München 1999, S. 635–684; Brian Foss, War Paint. Art, War, State, and Identity in Britain, 1939–1945, New Haven 2007; Wolfgang Schmidt, Die Mobilisierung der Künste für den Krieg. Maler in Uniform, in: Hans-Jörg Czech und Nikola Doll (Hrsg.), Kunst und Propaganda. Im Streit der Nationen 1930–1945, Dresden 2007, S. 284–297.

[127] J. V. McCormack, The Army and the Press in War, in: RUSI 98 (1953), S. 269–273.

[128] Er betont die gute Kooperation mit den Medienvertretern in seinen Erinnerungen, George P. Thomson, Blue Pencil Admiral, London 1949.

[129] Richard J. Fletcher, British Propaganda Since World War II – A Case Study, in: Media, Culture & Society 4 (1982), S. 97–109; siehe auch, allerdings am Beispiel der USA: Kenneth Osgood, Total Cold War. Eisenhower's Secret Propaganda Battle at Home and Abroad, Lawrence 2006.

[130] Taylor, Munitions; siehe z. B. auch Ian Stewart und Susan L. Carruthers (Hrsg.), War, Culture and the Media. Representations of the Military in 20th Century Britain, Trowbridge 1996; in diesen Kontext gehört schließlich der Koreakrieg, der hinsichtlich der Medienarbeit des britischen Militärs aber außerhalb der Frage der Zensur ebenfalls kaum beleuchtet wurde: Karl A. von Voigtlander, The War for Words, in: Army Information Digest 8 (1953), S. 54–59.

auf die bestehenden Erfahrungen mit der Medienarbeit verwiesen. Letzterer Aspekt ist dank Uziels Arbeit zu den PK gut ausgeleuchtet. Dennoch wird selbst hier, wie auch in den Werken Sanders', Taylors, Verheys oder Creutz', immer auch das Propagandasyndrom herangezogen, um eine zunehmende Hinwendung des Militärs zu den Medien zu erklären: Medienarbeit wurde betrieben, weil sie wirkte.[131] Dies gilt auch für die Arbeit Deists zum Nachrichtenbüro des Reichsmarineamtes: Mit den abnehmenden Aktivitäten des Büros in seinen späteren Jahren verbindet er einen sinkenden Einfluss.[132] Aus der Perspektive der Spezialisten innerhalb des Büros sah das jedoch anders aus: Ihrer Erfahrung nach gab es schlicht Phasen, in denen es nicht möglich war, Beiträge in den Medien zu platzieren, weil diese eigene Debatten verfolgten.[133]

Diese Wahrnehmung der Zeitgenossen ist entscheidend für das Verständnis der Geschichte der militärischen Medienarbeit. Denn auch in den weniger aktiven Jahren schützte Tirpitz das Büro, als es politisch attackiert wurde, und verwendete es weiterhin. Für den Admiral schien es nicht an Bedeutung verloren zu haben. Der Grund dafür liegt darin, dass für ihn wie für andere führende Militärvertreter eine nachweisbare Wirkung der Medienarbeit weniger wichtig war als die eigenen Medienwirkungsannahmen. Vor deren Hintergrund schien die Medienarbeit auch und gerade in Krisensituationen neue Spielräume zu eröffnen. Sie verlieh den Streitkräftespitzen, wenn man so will, zusätzliche Handlungsmächtigkeit.[134] Nur wenn man diese Suggestivkraft der Medienarbeit, die Beharrungskraft der für sie etablierten Medienexperten und externe Impulse berücksichtigt, sind die Hochphasen der Aufmerksamkeit für eine Tätigkeit zu verstehen, die zu Jahrhundertbeginn kaum etwas mit militärischen Aufgaben gemein zu haben schien und in seiner Mitte geradezu alltäglich geworden war. Deutlich werden kann dies allein in einem längerfristig angelegten, diachron wie synchron ausgerichteten Vergleich, der die Militärführung mit ihren Wahrnehmungen und Erfahrungen als Akteur in Krieg und Frieden in den Mittelpunkt rückt. Mit der vorliegenden Arbeit versuche ich, diese Lücke zu schließen.

Quellen

Die Quellenbasis dieser Untersuchung besteht vor allem aus Anweisungen, Berichten und Memoranden zum Umgang mit Medien, oft für entsprechende Spezialabteilungen oder mit dieser Arbeit betraute Offiziere und als Reaktion auf Kontaktaufnahmen seitens der Medien. Derartige Dokumente sind vor allem innerhalb der dienstlichen Aktenüberlieferung der Streitkräfte zu finden; zu Beginn sind ihre Urheber vor allem einzelne Spitzenvertreter der Streitkräfte, später primär Kollektivakteure wie die COS oder das OKW. In aller Regel sind diese Quellen bereits für

131 Creutz, Pressepolitik, S. 295–297; Sanders und Taylor, Propaganda, S. 214, aber auch, relativierend, S. 208 f.; Taylor, Munitions, S. 8, relativierend: S. 240; Uziel, Propaganda, S. 18; Verhey, Spirit, S. 205.

132 Deist, Flottenpolitik, S. 324.

133 Denkschrift Hollweg, 1912, BAMA, RM 3/11703, Bl. 98–126 (Hollweg, 1912), S. 6.

134 Eisenhower ist ein weiteres Beispiel, Lerner, Sykewar, S. 285–290.

die Forschung verwendet worden, wenn auch unter anderen Fragestellungen, was auch damit zu erklären ist, dass die von mir gesichteten Dokumente thematisch quer zur Archivsystematik liegen. Erschwert wurde die Quellenerschließung dadurch, dass die Akten zu den deutschen Landstreitkräften, wie bekannt, infolge des Zweiten Weltkriegs erhebliche Lücken aufweisen. Die Bestände des Bundesarchiv-Militärarchivs in Freiburg im Breisgau ließen sich allerdings durch diejenigen des Sächsischen Hauptstaatsarchivs Dresden, des Bayerischen Hauptstaatsarchivs München, des Hauptstaatsarchivs Stuttgart und des Generallandesarchivs Karlsruhe sowie des Bundesarchivs in Berlin sinnvoll ergänzen. Für Großbritannien basiert meine Untersuchung auf den reichhaltigen Aktenbeständen der National Archives in Kew (worin das Public Record Office aufging). Da die Überlieferung des War Office zur Medienarbeit im Ersten Weltkrieg wenig ergiebig ist,[135] erwiesen sich gerade für diese Periode Bestände des Archivs des Churchill College in Cambridge, des Imperial War Museum und des Liddell Hart Centre for Military Archives als hilfreiche Ergänzungen. Für beide Streitkräftespitzen wurden zusätzlich publizierte Egodokumente sowie Dokumenteneditionen ausgewertet. Insgesamt ist die so gewählte Quellenbasis für eine Untersuchung der militärischen Medienbeziehungen aus Sicht der Militärführung als durchaus gut zu bewerten. Insbesondere gilt dies für den Beginn des 20. Jahrhunderts.

[135] Nach dem Ersten Weltkrieg wurden Akten zur Medienarbeit vernichtet, siehe Hiley, Control, S. 8; Sanders und Taylor, Propaganda, S. 7.

2. Eine neue Art der Krisenbewältigung (um 1900–1914)

Nach dem Ersten Weltkrieg behauptete der Braunschweiger Oberst Walter Nicolai, Chef des deutschen Heeres-Nachrichtendienstes, Deutschland sei auf „eine positive Führung der öffentlichen Meinung“ im Krieg nicht vorbereitet gewesen.[1] Ähnliches sagte der britische Presseoffizier Neville Lytton über Großbritannien: Die Presse als Machtmittel sei zuvor völlig verkannt worden.[2] Hier wie dort war man überzeugt, dass der jeweils andere auf die Medienarbeit zur Einflussnahme im Krieg besser vorbereitet gewesen sei.[3] Ganz grundlos waren solche Behauptungen nicht. Beiden Seiten fehlten zu Beginn des Konflikts exakte Strategien für die Medienarbeit – aber auch für viele andere Aufgaben, vor die sie sich gestellt sahen.[4] Dennoch hatten sie schon vor dem Krieg Erfahrungen mit der Medienarbeit gesammelt. Versteht man die Jahre vor 1914 nicht allein retrospektiv als Phase der Kriegsvorbereitung, zeigt sich, dass die Streitkräfte vor dem Hintergrund der massiven Veränderungen in der Kommunikationstechnologie, der Medienlandschaften und der sich professionalisierenden Werbeindustrie *gerade* Medienstrategien zur Einflussnahme aktiv zu betreiben begannen.[5] Es waren zunächst die Marinespitzen beider Länder, die sich der Medienarbeit intensiv widmeten.

2.1 Die Seestreitkräfte als Vorreiter in Sachen Medienarbeit

Mit den Admiralen Fisher und Tirpitz hatten die Royal Navy und die Kaiserliche Marine an der Wende zum 20. Jahrhundert zwei Pioniere der militärischen Medienarbeit unter ihren Spitzenvertretern. In den folgenden Abschnitten zeige ich ihre Zugänge zu einer intensivierten Interaktion mit den Medien und die daraus resultierenden Folgen.

[1] Nicolai, Mächte, S. 52; einen knappen biographischen Überblick bietet Klaus-Walter Frey, Oberst Walter Nicolai. Chef des deutschen militärischen Nachrichtendienstes III B im Großen Generalstab (1913–1918). Mythos und Wirklichkeit – Biographische Beiträge, in: Jürgen W. Schmidt (Hrsg.), Geheimdienste, Militär und Politik in Deutschland, Ludwigsfelde 2008, S. 135–198 – der Autor, Urenkel Nicolais, wählt eine recht persönliche Perspektive auf Nicolai.

[2] Lytton, Press, S. viii.

[3] Klaus-Jürgen Bremm, „Staatszeitung“ und „Leichenfabrik“. Die In- und Auslandspropaganda Deutschlands und Großbritanniens während des Ersten Weltkrieges im Vergleich, in: ÖMZ 46 (2008), S. 11–17, *passim*; Creutz, Pressepolitik, S. 21 f.

[4] Siehe auch Becker und Krumeich, Krieg, S. 69.

[5] Zur Informationssicherheit siehe Kapitel 3, zur gezielten Kriegsvorbereitung Kapitel 4. Zu den genannten Veränderungen siehe auch Kapitel 1, Fußnoten 30–32.

Die Admirale lernen die Medien zu lieben – Externe Impulse und der Beginn der militärischen Medienarbeit

Die britischen und deutschen Seestreitkräfte wurden zu Beginn des 20. Jahrhunderts zu Vorreitern in Sachen Medienarbeit. Eine Vorbedingung dafür war, dass die Admirale Fisher und Tirpitz, die beiden wesentlichen Reformer dieser Seestreitkräfte, bereits Erfahrungen mit der Medienarbeit hatten sammeln können, bevor sie in ihre späteren Spitzenpositionen einrückten.[6]

Als Fisher im Juni 1854 in die Royal Navy eintrat, war nicht abzusehen, dass ihn Admiral Reginald Bacon 75 Jahre später als „the first of our Admirals to make an intelligent use of the Press for the benefit of the Navy" loben würde.[7] Fisher hatte sich bereits 1873 der Idee der Medienarbeit gegenüber aufgeschlossen gezeigt, als er Journalisten und Politiker an die Vernan Torpedo School eingeladen hatte, um Neuerungen zu demonstrieren.[8] Die Admiralty lehnte derlei Selbstdarstellung aber ab und Fisher unterließ ähnliche Versuche zunächst. Elf Jahre später eröffnete sich ihm ein Weg, Medienarbeit für seine Zwecke zu betreiben, ohne direkt Kritik auf sich zu ziehen. Im September 1884 veröffentlichte der Journalist William Thomas Stead in der *Pall Mall Gazette* eine Artikelserie über die Royal Navy, die für Großbritanniens Überleben essenziell, zugleich aber in desolatem Zustand sei. Steads Artikel galten als Auslöser eines *Navy Scare*, in dessen Folge die britische Marine modernisiert und vergrößert wurde.[9] Freilich standen auch andere Gründe dahinter: Der spätere Abgeordnete und Secretary of State for War Hugh Arnold-Forster, Gründer der Imperial Federation League, agitierte gemeinsam mit Stead.[10] Auch setzten sich die britischen Werftbesitzer, die unter einer Wirtschaftskrise litten, für die Flottenrüstung ein.[11] Nicht zuletzt aber war Fisher Stead als kompetenter Offizier empfohlen worden und hatte ihm für die Artikelserie als Quelle gedient. Fortan pflegten beide eine freunschaftliche Beziehung.[12] Dass auch auf die *Navy Scares* von 1888 und 1893 Erhöhungen des Marinehaushalts folgten, dürfte Fishers Eindruck von der Wirkmacht der Medien bestärkt haben.[13] Im Jahr 1900 dann benannte Fisher einen weiteren Grund dafür, im Na-

[6] Tirpitz war aktiver Offizier, auch wenn sein Posten innerhalb der deutschen Verfassungsstruktur ministerähnlich war, vgl. UHLE-WETTLER, Tirpitz, S. 126, 136.

[7] R. H. BACON, The Life of Lord Fisher of Kilverstone, Admiral of the Fleet (Bd. 1), New York 1929, S. 6, Zitat S. 180.

[8] HAMILTON, Navy, S. 238.

[9] JOSEPH O. BAYLEN, Stead, William Thomas, in: ODNB 52, Oxford 2004, S. 331–333; die Artikel stehen mit leichten Fehlern online: http://www.attackingthedevil.co.uk/pmg/who.php (zuletzt geprüft am 16. 9. 2013). Gooch sieht sie als Startpunkt umfassender Reformen im britischen Militär, JOHN GOOCH, The Plans of War. The General Staff and British Military Strategy c. 1900–1916, London 1974, S. 6f.

[10] R. T. SHANNON, Forster, Hugh Oakeley Arnold (1855–1909), in: ODNB 20, Oxford 2004, S. 409–412.

[11] VOLKER R. BERGHAHN, Der Tirpitz-Plan. Genesis und Verfall einer innenpolitischen Krisenstrategie unter Wilhelm II., Düsseldorf 1971, S. 421f.; zu innenpolitischen Komponenten ebd., S. 422f.

[12] PAUL G. HALPERN, Fisher, John Arbuthnot, first Baron Fisher, ODNB 19, Oxford 2004, S. 695–702.

[13] GEPPERT, Pressekriege, S. 235f.

men der Marine Medienstrategien zu verfolgen: Andere Seestreitkräfte machten es ebenso. Es gefiel ihm, wie Deutschlands und Frankreichs Seestreitkräfte mit ihren Flottenvereinen umgingen. Gerade die deutsche Marine unter Tirpitz sei diesbezüglich „simply marvellous". Sie habe es vollbracht, eine eigentlich skeptische Öffentlichkeit vom Nutzen einer Marine zu überzeugen. Fisher sah hierin ein nachahmenswertes Vorbild für die Royal Navy.[14] Ihm schien dabei entgangen zu sein, dass eines der wichtigsten Vorbilder für die Medienarbeit der deutschen Marine eben diejenige der Royal Navy gewesen war:

Wie bei Fisher lassen sich auch bei Tirpitz, der im April 1865 in die deutsche Marine eintrat, zunächst keine eigenen Medienstrategien feststellen.[15] Auch ihn brachte ein Impuls von außen erstmals mit Medienarbeit in Berührung. Im Oktober 1892 wurde Major August Keim zum Reichskanzler kommandiert, für den er eine Kampagne für die Wehrvorlage von 1893 organisierte. Ob diese ein Fall militärischer oder aber ziviler regierungsamtlicher Medienarbeit war, ist diskutierbar;[16] Keim selbst verstand sich als politischer Sekretär des Kanzlers.[17] Für Tirpitz war die Annahme der Wehrvorlage nicht zuletzt auch deswegen wichtig, da sie Kaiser Wilhelm II. den Wert solcher Medienarbeit für das Militär demonstrierte. Am Ende des Jahres ordnete der Monarch an, dass die obersten Marinestellen die Öffentlichkeit für seine bisher wenig angesehenen Seestreitkräfte gewinnen sollten.[18] Daher entschied das Reichsmarineamt am 19. Januar 1894, dass die Marine zunächst allgemein bekannter gemacht, und so eine Basis für konkrete Kampagnen geschaffen werden sollte.[19] Über das Marinekabinett wurde auch das Oberkommando der Marine aufgefordert, die Medien fortlaufend mit Informationen zu versorgen.[20] Zuständig für dessen Medienarbeit war der

[14] Fisher an Kapitän zur See Wilmot H. Fawkes, den Naval Secretary to the First Lord, im Oktober 1900, zitiert nach Arthur Jacob Marder (Hrsg.), The Making of an Admiral 1854–1904 (Fear God and Dread Nought. The Correspondence of Admiral of the Fleet Lord Fisher of Kilverstone, Bd. 1), Oxford 1952, S. 162 f.; beachte ferner Michael Salewski, Tirpitz. Aufstieg, Macht, Scheitern, Göttingen 1979, S. 78.

[15] Uhle-Wetter, Tirpitz, S. 33.

[16] Eley wertet es als militärische Medienarbeit: Eley, Reshaping, S. 209; siehe auch Peter Jungblut, Unter vier Reichskanzlern. Otto Hammann und die Pressepolitik der deutschen Reichsleitung 1890 bis 1916, in: Ute Daniel und Wolfram Siemann (Hrsg.), Propaganda. Meinungskampf, Verführung und politische Sinnstiftung 1789–1989, Frankfurt am Main 1994, S. 101–116, hier S. 103–105.

[17] Deist, Flottenpolitik, S. 29; siehe auch Mommsen, Selbstzensur, S. 28; Vogel, Organisation, S. 13.

[18] Deist, Flottenpolitik, S. 28–30.

[19] BAMA, RMA 3137, I.2.212, Bd. 1, zitiert nach Deist, Flottenpolitik, S. 31 f.

[20] BAMA, OK, 2254, I.2.1.58a, Bd. 1, zitiert nach Deist, Flottenpolitik, S. 32. Vereinfacht gesagt war die Spitze der deutschen Teilstreitkräfte in die Bereiche Verwaltung (Kriegsministerium/Reichsmarineamt), Operation (Generalstab/Admiralstab) und Personal (Militär-/Marinekabinett) unterteilt, ergänzt um Kommandostellen und Inspektionen; bis 1899 bildeten letztere in der Marine gemeinsam mit dem Admiralstab das Oberkommando. Siehe Karl-Volker Neugebauer, Des Kaisers ‚schimmernde Wehr'. Militärgeschichte des Deutschen Kaiserreichs 1871 bis 1914, in: ders. (Hrsg.), Die Zeit bis 1914. Vom Kriegshaufen zum Massenheer (Grundkurs deutsche Militärgeschichte, Bd. 1), München 2006, S. 378–485, hier S. 338–341 (Heer), und Werner Rahn, Die Kaiserliche Marine, in: ebd., S. 458–471, hier S. 460 (Marine).

Behördenchef, der Kommandierende Admiral Maximilian Freiherr von der Goltz. Der jedoch zeigte an Medienstrategien kein Interesse und delegierte die Aufgabe an seinen Stabschef, den Kapitän zur See Tirpitz.[21] Ende Januar berief Tirpitz eine Sitzung der Dezernenten ein, um die Medienarbeit des Oberkommandos zu erweitern. Bisher hatte sie allein daraus bestanden, die Berichte der Kommandanten im Ausland stationierter Kriegsschiffe an die Presse zu geben. Tirpitz definierte mit einer Weisung vom 10. Februar zunächst einmal als Ziel der Medienstrategie, die Öffentlichkeit über die Existenz der Marine aufzuklären. Die praktische Arbeit überließ er dem Pressereferenten des Oberkommandos, dem Kapitänleutnant und späteren Admiral Friedrich von Ingenohl. Dieser begann, Kontakte zu verschiedenen Journalisten aufzubauen. Dafür spannte er auch ehemalige Marineangehörige ein, die ihrerseits Verbindungen zu den Medien aufgebaut hatten. Zudem wurden zu den Herbstübungen 1894 erstmals zwei Berichterstatter zugelassen. Unter Ingenohls Nachfolger, Kapitänleutnant Eugen Weber, versandeten die Reformen jedoch; er zeigte kaum Eigeninitiative, und Tirpitz war mit Etatfragen ausgelastet.[22] Gleichwohl war Medienarbeit mit diesen Anfängen als ein Weg präsentiert worden, die Öffentlichkeit zu beeinflussen. Und wie Fisher fand auch Tirpitz ausländische Vorbilder: Die britischen *Navy Scares* von 1884, 1888 und 1893 sah er als Beispiele dafür, wie die öffentliche Meinung für die Marine eingespannt werden könnte.[23] Im November 1897 ließ er sich vom Londoner Marineattaché Korvettenkapitän Ernst Gülich einen 141-seitigen Bericht über die Popularisierung der Royal Navy mit langfristigen Anstrengungen und kurzfristigen Kampagnen anfertigen. Mit diesem Bericht verfügte Tirpitz über ein idealisiertes Vorbild für eine weitergehende eigene Medienarbeit.[24]

Auch wenn also beide Admirale in der Medienarbeit für die jeweils andere Marine ein Vorbild sahen, waren Fisher und Tirpitz doch auf unterschiedlichen Wegen mit Medienstrategien der Einflussnahme in Berührung gekommen: Fisher war von Medienvertretern als Quelle für Artikel genutzt worden, die als Auslöser eines *Navy Scare* galten. Tirpitz hatte auf Anordnung des Kaisers durch dafür auserkorene Spezialisten die Medienarbeit erledigen lassen, um die sich sein Vorgesetzter nicht bemühen wollte. Hier zeichneten sich bereits unterschiedliche Positionen der britischen und deutschen Streitkräfte gegenüber den Medien ab: In Großbritannien schienen die Medienvertreter Partner in der Etablierung der Medienarbeit zu sein; in Deutschland waren sie das Ziel institutionellen Handelns. Trotz dieses Unterschieds hatten beide Admirale die Medienarbeit als eine Möglichkeit kennengelernt, das Ansehen der Seestreitkräfte zu heben und gesehen, dass auf Medienarbeit günstige Haushaltsbeschlüsse folgten: Tirpitz am Beispiel

[21] Deist, Flottenpolitik, S. 34; Uhle-Wettler, Tirpitz, S. 71.

[22] Deist, Flottenpolitik, S. 32 f., 35–40.

[23] Geppert, Pressekriege, S. 235 f.

[24] „Schilderung der Bewegung im englischen Volke, welche zur starken Vergrößerung der englischen Marine in den letzten 10–20 Jahren geführt hat", BAMA, RM 3/9618, umfassend behandelt bei Geppert, Pressekriege, S. 235–241; ferner Kunczik, Öffentlichkeitsarbeit, S. 122 f.

des Heeres, Fisher an demjenigen der *Navy Scares*. Die zwei grundlegenden Ziele friedenszeitlicher Medienstrategien waren damit angelegt: die Aufbesserung des Ansehens der eigenen Teilstreitkräfte und die Erhöhung der ihnen zur Verfügung gestellten Ressourcen.

Später fanden beide Admirale ähnliche Erklärungsmuster dafür, wie die von ihnen wahrgenommene Überzeugungskraft der Medien zustande kam: Fisher verglich sie mit der professionellen Werbung, die an der Wende zum 20. Jahrhundert im Aufschwung war – und unübersehbar mit der rasant expandierenden Massenpresse verbunden.[25] Wie sie beziehe auch die Medienarbeit ihre Überzeugungskraft aus der variantenreichen Wiederholung:[26]

> Mr. Barnes, the greatest Editor *The Times* ever had, used to tell his staff that ‚*Repetition was the Soul of Journalism*'! What he meant was that the British Public required the same thing (if it was a good thing) continuously and persistently put before them, though in different language, till they got impregnated with it and felt it as their own, with the consequent result called ‚Public Opinion'![27]

Im Falle Tirpitz' waren es die ihm unterstellten Praktiker, die eine Erklärung für die Wirkung ihrer Arbeit lieferten. Ihre Erklärung entsprach Fishers: „*Der aus dem Reklamewesen entnommene Erfahrungssatz, dass nur immer wiederholtes vor Augen-führen zum Ziele führt, gilt auch hier.*"[28] ‚Entnommen' ist hier ernst zu nehmen: Tirpitz' erster ‚Pressechef', der Korvettenkapitän und spätere Chef des Admiralstabs August von Heeringen,[29] hatte hinsichtlich der Überzeugungsmethoden mit zivilen Reklamefachleuten Rücksprache gehalten.[30] Auch Tirpitz' Spezialisten erkannten die Bedeutung von Variationen innerhalb dieser Technik an:

> Wenn auch in der Agitation die der Reklametechnik abgelauschte *konsequente Wiederholung* richtiger Gedanken ein sehr zugkräftiges Mittel ist, so muß dieses doch mit einer gewissen Sachkunde und Diskretion angewandt werden, denn ewige Wiederholungen wirken ermüdend und dadurch abstoßend auf den Leserkreis.[31]

Briten und Deutsche fanden aber nicht nur dasselbe rationale Erklärungsmuster für die Wirkungsweise der Medienarbeit, sie wussten auch, dass ihre Wirkung begrenzt war. Fisher betonte, dass die Medienarbeit nicht vermöge, die Denkweise ihrer Zielpersonen allein zu verändern. Am Beispiel der Admiralty sagte er: „You can agitate about it outside till you are black in the face; it's no use!" Nur

[25] Zur Entwicklung der Werbebranche und der Medienlandschaften am Beginn des 20. Jahrhunderts siehe Kapitel 1, Fußnoten 30 und 31.
[26] Marder (Hrsg.), Fisher, S. 157.
[27] Fisher an unbekannten Empfänger, 22. 2. 1905, wiedergegeben in Marder (Hrsg.), Fisher 2, S. 51 f., Hervorhebung im Original.
[28] Denkschrift Heeringen, 24. 9. 1900, BAMA, RM 3/9951, Bl. 73–93 (Heeringen, 1900), hier Bl. 83, Hervorhebung im Original.
[29] Walther Hubatsch, Der Admiralstab und die obersten Marinebehörden in Deutschland 1848–1945. Unter Benutzung der amtlichen Akten dargestellt, Frankfurt am Main 1958, S. 146. Auch der spätere Admiral Eduard von Capelle gehörte zu den Mitarbeitern des Büros, siehe Verfügung, 17. 6. 1897, BAMA, RM 3/9951, Bl. 5.
[30] Geppert, Pressekriege, S. 245.
[31] Hollweg, 1912, S. 3, Hervorhebung im Original.

der First Sea Lord, der oberste Admiral der britischen Marine, hätte die Macht, hier Reformen anzustoßen – müsse dabei aber von den Medien unterstützt werden: „But you must hang on to him like grim death and shout like blazes, ‚Great is Diana of the Ephesians!' so as to give him the prestige to carry it through.“[32] Auch Tirpitz' Medienspezialisten sahen Grenzen ihrer Möglichkeiten. Anders als Fisher verorteten sie diese bereits in ihrem eigenen Einfluss auf die Medien; sie betonten jedoch das gleiche Prinzip. Medienarbeit hatte verstärkende oder abschwächende Effekte, konnte aber allein nichts gegen feststehende Überzeugungen ausrichten:

In Summa läßt sich sagen, daß es nicht schwer ist, die öffentliche Meinung in einer bestimmten Richtung zu dirigieren, vorausgesetzt, daß die vorhandenen Argumente gute und sachlich unanfechtbare sind und daß die Einwirkungsversuche nicht zu einem besonders ungünstigen Zeitpunkt unternommen werden. *Ein Segeln gegen Strom und Wind ist auch hier zwecklos.* Man ankert dann besser und wartet das Kentern des Stromes ab.[33]

Diese abgeklärte Einschätzung des Kapitäns zur See Carl Hollweg, seit 1909 Leiter des Nachrichtenbüros, zeigt, dass die Erfahrungen der Akteure übergangen werden, wenn versucht wird, eine Wirksamkeit des Nachrichtenbüros anhand der öffentlichen Einstellung zur Marine zu ermessen.[34] Diese wussten, dass sie keine allmächtigen Puppenspieler der öffentlichen Meinung waren. Zwar ist für die Zeit um die Jahrhundertwende eine profunde, internationale Marinebegeisterung festzustellen, die ihren wohl bekanntesten Ausdruck im massenhaften Zuspruch zu Flottenparaden, aber auch den weltweit rezipierten Büchern Mahans zur Marinestrategie fand; für Großbritannien spricht Jan Rüger gar vom „cult of the navy“.[35] Aber die Begeisterung, wie auch ihr Abflauen ab etwa 1906, war ein internationales Phänomen, kein deutsches Spezifikum, und erst recht kein Effekt der Medienarbeit der Marine. In Großbritannien ging es damit einher, dass der bekannteste britische Militärkorrespondent, Charles Repington, von einem Anhänger der Marine zu einem des Heeres wurde.[36] Von ihm wird später noch die Rede sein. Doch zurück zu Fisher und Tirpitz: Nachdem sie die Medienarbeit im Verlauf ihrer Karrieren als ein Mittel der Einflussnahme kennengelernt hatten, griffen beide auf sie zurück, als sie Ämter einnahmen, in denen sie direkt mit der Marinepolitik befasst waren – insbesondere dann, wenn sie mit den Mitteln, die ihnen von Amts wegen zur Verfügung standen, ihre Ziele nicht erreichen konnten, in Krisensituationen also.

[32] Fisher an unbekannten Empfänger, 3.5.1904, wiedergegeben in Marder (Hrsg.), Fisher, S. 314 f.

[33] Hollweg, 1912, S. 6, Hervorhebung im Original.

[34] Deist, Flottenpolitik, S. 76, 267–297; Salewski, Tirpitz, S. 64 f.

[35] Jan Rüger, Nation, Empire and Navy. Identity Politics in the United Kingdom 1887–1914, in: Past and Present 185 (2004), S. 159–188, hier S. 160; ferner Alfred Thayer Mahan, The Influence of Sea Power upon History 1660–1783, London 1889.

[36] Siehe Morris, Scaremongers, S. 118 f.; zu Repingtons Karriere vom Offizier zum Kriegsberichterstatter und Reaktion im britischen Militär siehe anschaulich Keith Jeffery, Field Marshal Sir Henry Wilson. A Political Soldier, Oxford 2006, S. 48 f., 85.

Für die Seemacht – Medienstrategien als Ausweg aus Marinekrisen

Auf den ersten Blick war die Zeit um die Jahrhundertwende für die britische und deutsche Marine alles andere als krisengeplagt: Eingebettet in eine solide Marinebegeisterung expandierten beide Flotten und wurden laufend modernisiert. Dennoch sahen sich Fisher und Tirpitz in den Jahren vor und während des bekannten Wettrüstens mit Krisen konfrontiert. Hintergrund war der Finanzbedarf der Seestreitkräfte: Im ausgehenden 19. und beginnenden 20. Jahrhundert wurde es zunehmend teuer, konkurrenzfähige Flotten zu unterhalten oder wie im deutschen Fall, eine Flotte überhaupt erst zu etablieren.[37] Neue Technologien machten aktuelle Kriegsschiffe immer kostspieliger: Geschütze wurden verbessert und Panzerungen verstärkt. Neue Antriebstechnologien verdrängten alte, und die Schiffe wurden größer. Insbesondere geschah dies durch die Einführung der *Dreadnoughts*, einer neuen Klasse von Schiffen, deren Bewaffnung sich auf Geschütze größten Kalibers konzentrierte, um auf hohe Distanz feindliche Schiffe bekämpfen zu können. Um konkurrenzfähig zu bleiben, mussten gewaltige Summen in die Flotten investiert werden.[38] Fisher und Tirpitz aber wollten die Kampfkraft ‚ihrer' Flotte im Vergleich zur anderen nicht erhalten, sondern erhöhen.[39]

Die Spitzen der deutschen Marine der 1890er Jahre sahen sich in einer einschneidenden Krise: Immer wieder lehnte das Parlament ihre Haushaltsforderungen ab. Dies lag laut Tirpitz daran, dass die Wünsche der Marine unkoordiniert waren. Hektisch technologischen Neuerungen folgend bildete die Flotte einen Flickenteppich, in den der Reichstag ungern investierte. Tirpitz seinerseits hatte ein Konzept für die Marine: Eine in der Nordsee konzentrierte Schlachtflotte sollte Deutschlands Küsten sichern, als politisches Pfand in außenpolitischen Verhandlungen dienen und Druck auf Großbritannien ausüben. Zugleich sollte ein ‚Äternat' für die Marine geschaffen werden: Über Gesetze sollte sich das Parlament verpflichten, eine bestimmte Flottengröße zu unterhalten – womit einmal bewilligte Schiffe nach Ablauf ihrer Lebenszeit automatisch ersetzt werden müssten.[40] Tirpitz glaubte aber nicht, den Reichstag mit von ihm vorgebrachten Argumenten von seinem Plan überzeugen zu können, nicht einmal unter Verweis darauf, dass die Flottenrüstung der Wirtschaft zugutekäme. Vielmehr müsse sich die deutsche Öffentlichkeit sich hinter die Marine stellen, um die Abgeordneten zur Zustim-

[37] Siehe für Tirpitz' Rolle auch HEINRICH AUGUST WINKLER, Der lange Weg nach Westen. Deutsche Geschichte vom Ende des Alten Reiches bis zum Untergang der Weimarer Republik, München ^{4}2002, S. 453.

[38] Vgl. HAMILTON, Navy, S. 36 f.; siehe auch BERGHAHN, Plan, S. 47–56; DEIST, Flottenpolitik, S. 22–24; JOHN KEEGAN, Der Erste Weltkrieg. Eine europäische Tragödie, Hamburg 2000, S. 363–367; UZIEL, Blick, S. 303.

[39] Siehe zum Krisenpotential des Rüstungswettlaufs pointiert JOST DÜLFFER, MARTIN KRÖGER und ROLF-HARALD WIPPICH, Vermiedene Kriege. Deeskalation von Konflikten der Großmächte zwischen Krimkrieg und Erstem Weltkrieg (1856–1914), München 1997, S. 17.

[40] BERGHAHN, Plan, S. 84–87, 223–226, 533; ETMANSKI, Schlachtflottenbau, S. 112 f.; siehe auch Flottengesetz, 10. April 1898, auszugsweise zitiert in RAHN, Marine, S. 469.

mung zu der Maßnahme zu veranlassen, die letztlich die Macht des Parlaments beschneiden sollte.[41] Um dies erreichen zu können forderte er „ein starkes Durchsetzungsbüro […], nebst Pressebüro" im Reichsmarineamt.[42] Die Medien sollten der Marine Ansehen und Tirpitz' Argumenten politische Zugkraft verleihen.[43] Mit seiner Forderung nach gezielter Medienarbeit lag Tirpitz auf einer Linie mit dem Kaiser, der einen entsprechenden Wunsch 1895 und 1896 wiederholt hatte.[44] Als Tirpitz 1897 als Staatssekretär die Leitung des Reichsmarineamtes übernahm, stand die Strategie fest: Er selbst würde über persönliche Kontakte zu Politikern und Höfen für seine Rüstungspläne werben, während eine Spezialabteilung Medienarbeit betreiben sollte, um die veröffentlichte Meinung zu einem Verbündeten der Marine gegen ihre Kritiker im Parlament zu machen. Zwei Tage nach seinem Vortrag beim Kaiser gründete Tirpitz am 17. Juni 1897 das Nachrichtenbüro des Reichsmarineamts, in dem die vorherige Abteilung für Nachrichtenwesen und allgemeine Parlamentsangelegenheiten verselbständigt wurde.[45]

Anders als Tirpitz setzte Fisher nicht auf eine Spezialabteilung für Medienarbeit. Er sah persönliche Kontakte zu Medienvertretern in verschiedenen Situationen als Möglichkeit, die Grenzen seines amtlichen Einflusses auf die Marinepolitik zu überwinden: Fisher kam erst einige Jahre nach Tirpitz in eine Position vergleichbarer Verantwortung. Ab 1899 war er Commander-in-Chief im Mittelmeerraum, auf diesem Posten wurde er zum Admiral befördert. Im Juni 1902 übernahm er das Amt des vor allem für das Personal zuständigen Second Sea Lord der britischen Admiralty.[46] Im folgenden Jahr wurde er Commander-in-Chief in Portsmouth und war vom 20. Oktober 1904 bis zum 25. Januar 1910 als First Sea Lord der oberste militärische Vertreter der Royal Navy. Auf diesen Positionen setzte Fisher vier große Reformen durch: Er etablierte ein System von Kernmannschaften für Schiffe, die nicht im aktiven Dienst waren, um sie bei Bedarf schneller reaktivieren zu können, strich 154 Schiffe, die nicht mehr dem aktuellen Stand der Technik entsprachen, und verschob den Schwerpunkt der britischen Flotten vom Mittelmeer in die Nordsee, gegen Deutschland. Schließlich führte er die *Dreadnoughts* ein.

Fishers Reformen waren höchst umstritten. Wenn er meinte, mit anderen Mitteln nicht genug erreichen zu können, setzte er auf die Medien.[47] Am 7. Okto-

[41] Berghahn, Plan, S. 119.
[42] Uhle-Wettler, Tirpitz, S. 98–104, Zitat S. 103; siehe auch Deist, Flottenpolitik, S. 47f.
[43] Vgl. Daniel, Politik, S. 52f. Umgekehrt galt die Medienarbeit aber nicht als allmächtiges Allheilmittel, Tirpitz, Erinnerungen, S. 83.
[44] Berghahn, Plan, S. 26–45, 108–129; zu Details der Medienarbeit der Marinebehörden in diesen Jahren: Deist, Flottenpolitik, S. 31–69; ebd., S. 73, zur Haltung Tirpitz' und des Kaisers zur Medienarbeit. Mit den Alldeutschen existierten Kreise, die selbst an einer Flottenrüstung interessiert waren, siehe Förster, Militarismus, S. 86–88.
[45] Vogel, Organisation, S. 13; Uhle-Wettler, Tirpitz, S. 138–140; Details zur Geschichte des Nachrichtenbüros des Reichsmarineamtes finden sich bei Deist, Flottenpolitik, *passim*; hier S. 73–75.
[46] Zur Spitzenorganisation der britischen Marine siehe den Überblick in Hamilton, Navy, S. 40f.
[47] Marder (Hrsg.), Fisher 2, S. 22–38, 216f.; Halpern, Fisher, *passim*.

ber 1901 schrieb Fisher einen Brief an seinen langjährigen Freund und Verbündeten James Thursfield, den auch in der Royal Navy respektierten Marinefachmann der *Times.*[48] Bezogen auf die neue Verteilung der Flotten erörterte er, was die Medien vollbringen konnten: „[T]he Admiralty fought against it tooth and nail, and whatever may be said against the agitation by the *Daily Mail*, it's an extraordinary coincidence that this and other concessions were not made until after that agitation, though I had been writing since September 1899, letter after letter, letter after letter!“[49] Auch wenn er einräumte, dass die erreichten Zugeständnisse nicht unbedingt eine Folge der Medienarbeit gewesen sein müssten, so schien es Fisher doch glaubhaft, dass die *Daily Mail* vollbracht hatte, was seine auf dem Dienstweg vorgebrachten Argumente nicht vermocht hatten.

Auch im Kontext der Personalreform, die Fisher als Second Sea Lord durchsetzen wollte und die Ende 1902 in Kraft trat, zählte er auf die Medien. Nachdem Thursfield aus eigenem Antrieb Artikel zu diesem Thema verfasst hatte, ließ Fisher ihn wissen, dass sie seinen Interessen entsprächen und er gern weitere Texte dieser Art sähe. Der Admiral vertraute darauf, dass die Medien die Gegner seiner Reform in die Resignation treiben könnten, wenn sie seine Pläne lobten, ihnen zu Ansehen verhalfen: „If the public mind gets properly set upon the matter, then my colleagues may remark, with Lord Salisbury, ‚Who are we to swim against the tide‘!“[50]

Noch größer war seine Hoffnung auf die Medienarbeit, wenn es um finanzielle Forderungen ging. Immer wieder griff er auf sie zurück, um Ansprüche an den Marinehaushalt durchzusetzen. Schon als Commander-in-Chief im Mittelmeer schrieb er am 8. Januar 1901 einen Brief an Thursfield. Darin forderte er „a little ‚stiffening‘ from outside in the shape of one of those unmistakable ‚do-your-duty-or-you'll-catch-it‘ leading articles in *The Times*“. Dies sollte dem Marineminister, dem First Lord of the Admiralty, Lord Selborne, in den Kabinettssitzungen zum Marinehaushalt den Rücken stärken.[51] Hierfür sah er die Medienarbeit als wesentlich wirksamer als andere Mittel an, denn: „[P]ublic opinion has far more weight than the strongest representations of even the fighting Admirals, and 3 lines in a newspaper produce more effect than an ultimatum from ‚the Admiral in command of the Mediterranean,‘ which is how the German Emperor addressed his telegram to me!“[52]

Zwar kam bereits Bacon zu dem überzeugenden Schluss, Fisher habe sich vor allem im direkten Gespräch mit Selborne durchgesetzt.[53] Fisher sah jedoch die Wirkung seiner Medienarbeit bestätigt, als der Marinehaushalt, der am 13. März 1901

[48] A. J. A. Morris, Thursfield, Sir James Richard, in: ODNB 54, Oxford 2004, S. 722 f.; siehe auch Marder (Hrsg.), Fisher, S. 155 f.; Briefe an Thursfield zwischen 1896 und 1920 finden sich in Churchill Archives Centre, Cambridge (CASC), FISR 1/27.
[49] Fisher an Thursfield, 7. 10. 1901, wiedergegeben in Marder (Hrsg.), Fisher, S. 208–210.
[50] Ebd., S. 243–246, Zitat S. 254 f.
[51] Fisher an Thursfield, 8. 1. 1901, wiedergegeben ebd., S. 179 f., Hervorhebung im Original.
[52] Fisher an Thursfield, 29. 1. 1901, wiedergegeben ebd., S. 186 f.
[53] Bacon, Fisher 1, S. 140–142.

in der *Times* veröffentlicht wurde, um etwa 7% höher ausfiel als im Vorjahr. Daher bedankte er sich noch im selben Monat bei einem weiteren Freund in den Medien, dem Journalisten und zeitweiligen Vorstand der Navy League Arnold White:[54] Die Navy Estimates „would not have been at the figure they are had it not been for the influence brought to bear from outside."[55]

Fishers wohl bekannteste Kooperation mit Medienvertretern begann im Oktober 1908 und fand einen Höhepunkt im Frühjahr 1909. Teils mehrfach täglich korrespondierte er mit seinem engen Verbündeten James Louis Garvin vom *Observer*. Sein Ziel war es, mithilfe der Medien Druck auf die Regierung auszuüben, um nicht vier, sondern acht neue Schlachtschiffe bauen zu lassen („We want eight, and we won't wait").[56] In zwei Schritten beschloss das Kabinett bis zum Juli 1909 tatsächlich, acht neue Schiffe zu fertigen.[57] Fisher hatte über die Medien – und gemeinsam mit Verbündeten wie Lord Esher auch über sie hinaus – für den Haushalt des *senior service* und gegen denjenigen der Armee oder des Sozialstaates gekämpft. Dabei hatte er auch überhöhte Zahlen zur deutschen Rüstung unkommentiert gelassen und so zu einem *Navy Scare* beigetragen.[58]

Die Beispiele zeigen, dass Fisher nicht ausschließlich auf die Medien setzte. Dennoch griff er auf sie zurück, wenn er auf Widerstand stieß oder solchen befürchtete. Möglicherweise übertrieb er seine Wirkungszuschreibungen, um seinen Freunden in den Medien zu schmeicheln. Dass er grundsätzlich an ihnen zweifelte ist unwahrscheinlich. Immerhin zählte er über Jahre auf die Medien, wenn sein eigener Einfluss nicht auszureichen schien, wenn er der Marine Ressourcen oder seinen Reformen öffentlichen Rückhalt, Ansehen verschaffen wollte. Morris klingt wie Fisher selbst, wenn er angesichts einer Meinungsverschiedenheit Fishers mit Premierminister Arthur Balfour feststellt, „Balfour ignored the pleas of the ebullient First Sea Lord. Balfour could not, however, gag the press."[59]

Wenn die veröffentlichte Meinung hinter den Forderungen Fishers oder auch Tirpitz' stand, konnten ihre Vorgesetzten, konnten die zivilen Regierungen oder Parlamente dies nicht übersehen – davon waren beide überzeugt, unabhängig von den tatsächlichen Unterschieden im britischen und deutschen Regierungssystem und der verfassungsmäßigen Stellung, die die Admirale einnahmen. Vertreter der Medien, der Regierungen und Abgeordnete beider Länder teilten ihre Einschätzung.[60] Beide Admirale setzten auf Medienstrategien der Einflussnahme, wenn sie

[54] G. R. Searle, White, Arnold Henry, in: ODNB 58, Oxford 2004, S. 544f.
[55] Fisher an White, März 1901, wiedergegeben in Marder (Hrsg.), Fisher, S. 187.
[56] Siehe auch Phillips Payson O'Brien, British and American Naval Power. Politics and Policy 1900–1936, Westport 1998, S. 89f.
[57] Siehe Haste, Propaganda, S. 16–18.
[58] Geppert, Pressekriege, S. 271–276; Marder (Hrsg.), Fisher 2, S. 206–209. Für Garvin zahlte sich die Kooperation ebenfalls aus, die Verkaufszahlen des Observer stiegen, siehe Haste, Propaganda, S. 16–18. Zu Wirtschaftsinteressen hinter der Rüstungskampagne siehe Henry N. Brailsford, The War of Steel and Gold. A Study of the Armed Peace, Routledge 1998 (Original 1917), S. 90.
[59] Morris, Scaremongers, S. 105; siehe auch Geppert, Pressekriege, S. 272.
[60] Siehe dazu unten, Kapitel 5, sowie oben, Kapitel 1, Fußnote 36.

meinten, mit ihren etablierten Mitteln nicht mehr weiter zu kommen. Ihre Medienpraktiken waren jedoch höchst unterschiedlich.

Die prägende Wirkung der Medienbilder

Ein zentraler Unterschied der Medienarbeit der Admirale klang bereits mehrfach an: Fisher pflegte persönliche Kontakte zu Journalisten, während Tirpitz die praktische Medienarbeit speziell dafür auserkorenen Untergebenen überließ. Dominik Geppert spricht von „bürokratische[r] Pressepolitik" auf der einen Seite, „Koordination durch Klüngelei" auf der anderen.[61] Dieser Unterschied lässt sich nicht allein formal erklären, beispielsweise durch den höheren Aufwand für die grundsätzliche Marine-Popularisierung in Deutschland oder aus Tirpitz Position an der Spitze des Reichsmarineamtes, die der eines Ministers gleichkam. Der Unterschied war vielmehr eine Folge der unterschiedlichen Medienbilder beider Streitkräfte, die in der jeweiligen Militärkultur ebenso wie in der politischen Kultur verankert waren. Freilich: Öffentlich sichtbare, enge und persönliche Kontakte zu Medienvertretern standen führenden Militärvertretern beider Länder nicht gut zu Gesicht. Die Reaktion der Admiralty auf Fishers erste Experimente mit Medienvertretern und die Abwälzung der ungebliebten Medienarbeit auf Tirpitz im Oberkommando sind hierfür Indizien. Doch während das deutsche Militär in der Tradition eines starken Staates diese Abneigung mit Institutionen kompensierte, die letztlich die Medien und die Medienarbeit im Detail kontrollieren sollten, wurden die Kontakte im eher liberal aufgestellten Großbritannien inoffiziell, aber dennoch persönlich gepflegt.

Erkennbar wird der entsprechend enge, persönliche Charakter der Medienbeziehungen Fishers beispielsweise in einem Brief, den er White schrieb, kurz nachdem er ihn im Sommer 1900 kennengelernt hatte.[62] Fisher charakterisiert White darin in der für ihn üblichen, von biblischen Anleihen geprägten Sprache:[63] „I look on you as a second Aaron! Moses being in the background in the shape of a multitude of humble admirers who like myself venture to ask you to say what they feel themselves full of but unable to express!"[64] Das Kompliment war zugleich eine treffende Beschreibung des eigenen Vorgehens: Fisher äußerte Wünsche und lieferte Argumente, hielt sich selbst jedoch im Hintergrund. So konnte er abstreiten, überhaupt Medienarbeit zu betreiben, waren doch derartige Medienkontakte in der Royal Navy offiziell nicht erwünscht.[65] Einige Marinevertreter reagierten sogar abweisend, wenn sie ohne eigenes Zutun die Aufmerksamkeit der Presse erhielten. So kommentierte Konteradmiral David Beatty einen lobenden Artikel, den der Journalist Filson Young über ihn verfasst hatte: „I don't like it, I don't want it, and I won't have it, but how am I to stop it? […] it does me harm

[61] Geppert, Pressekriege, S. 12; vgl. auch ebd., S. 426–431.
[62] Searle, White, *passim.*
[63] Vgl. Marder (Hrsg.), Fisher 2, S. 17.
[64] Fisher an White, 26. 11. 1901, wiedergegeben in Marder (Hrsg.), Fisher 1, S. 157.
[65] Auch gegenüber seinem Freund McKenna leugnete er sie 1909, siehe Hamilton, Navy, S. 249.

in the Navy, who can't abide the advertisement of a newspaper, and those that don't know me, of which there are thousands, will wrongly construe it."[66] Angesichts dessen scheint es nicht verwunderlich, dass Fisher seinen Briefen an Medienvertreter häufig ein „burn and destroy" hinzusetzte. White allerdings erklärte, dass dies der Bitte entsprach, das jeweilige Thema möglichst weit zu verbreiten, ohne Fisher zu erwähnen.[67]

Auch dort, wo Fisher seine Kontakte unter den Medienvertretern kritisierte, wird der persönliche Charakter des Austauschs mit ihnen offensichtlich: Nachdem White im September 1904 einen aus Fishers Sicht unverantwortlichen Artikel im *Pall Mall Magazine* veröffentlicht hatte, ermahnte er ihn, dies künftig zu unterlassen und stattdessen seine Reformen zu unterstützen. Für den Fall einer Wiederholung rief er White die Geschichte des in kochendes Öl geworfenen Apostels Johannes in Erinnerung und drohte: „[…] *remember the oil*! I swear I'll boil you if you say another word!"[68]

Ob lobend oder drohend, Fisher trat Journalisten, die an der Spitze der britischen Gesellschaft angesehen und oftmals hervorragend vernetzt waren, auf Augenhöhe gegenüber und bemühte sich, sie von seinen Ansichten zu überzeugen. So schrieb er am 11. Februar 1908 an John Spender, den Redakteur der politisch einflussreichen *Westminster Gazette* und Vertrauten des späteren Premierministers Herbert Asquith und des langjährigen Außenministers Edward Grey. Fisher gab an, ihn nicht dazu bringen zu wollen, die Einführung der *Dreadnought* in seinem Blatt zu verteidigen, ihn persönlich aber wollte er von der Reform überzeugen, weshalb er ein Treffen vorschlug.[69] Fisher nahm Medienvertreter ernst, auch dann, wenn sie seine Ideen ablehnten, wie Leopold Maxse.[70] Seine Versuche, selbst im Hintergrund zu bleiben, über die Journalisten aber Einfluss in seinem Sinne auf Haushalt und Marinepolitik zu nehmen, beurteilte er als erfolgreich. Nach seinem Rückzug vom Amt des First Sea Lord schrieb er: „*Without the Press it couldn't all have been done!* It may not be politic to say this, but it's true."[71]

Anders als Fisher nahm Tirpitz nicht persönlich Kontakt mit Medienvertretern auf. Er überließ dies, wie er es im Oberkommando gelernt hatte, speziell dafür eingesetzten Offizieren, Spezialisten insofern, als er diejenigen auswählte, die sich

[66] W. S. Chalmers, The Life and Letters of David, Earl Beatty. Admiral of the Fleet, Viscount Borodale of Wexford, Baron Beatty of the North Sea and of Brooksby, London 1951, S. 123; vgl. Silvester Mazzarella, Filson Young. The first Media Man (1876–1938), online unter: http://filsonyoung.com/biography/ (zuletzt geprüft am 3. 4. 2012), Kapitel 22.

[67] Halpern, Fisher, S. 697.

[68] Fisher an White, 21. 8. 1904, wiedergegeben in Marder (Hrsg.), Fisher 1, S. 325f. Hervorhebung im Original.

[69] A. J. A. Morris, Spender, John Alfred, in: ODNB 51, Oxford 2004, S. 899–902; Spender hatte die Einführung der Dreadnought laut Fisher am 7. 2. 1908 in der Gazette kritisiert, Marder (Hrsg.), Fisher 2, S. 161.

[70] Morris, Scaremongers, S. 37–46.

[71] Fisher an White, 10. 2. 1910, wiedergegeben in Marder (Hrsg.), Fisher 2, S. 305f., Hervorhebung im Original; beachte ferner P. K. Kemp (Hrsg.), The Papers of Admiral Sir John Fisher (Bd. 1), London 1960, S. xxv.

schon seit 1894 mit der Medienarbeit in der Marine befasst hatten.[72] Anders als sein damaliger Vorgesetzter maß Tirpitz als Amtschef im Reichsmarineamt Medienstrategien große Bedeutung bei. Dementsprechend siedelte er die „besondere Abteilung für Nachrichtenwesen und allgemeine Parlaments-Angelegenheiten“[73] direkt unterhalb seiner Position an und bestimmte, dass alle Stellen seines Hauses sie mit Informationen versorgen mussten.[74] Deist urteilt, dass er die „gesamte Behörde […] für die Propaganda in Dienst“ nahm.[75] Obwohl der Admiral die Medienarbeit nicht selbst umsetzte, war es dennoch ‚seine‘: Er hatte die Abteilung kreiert und sie von marineinterner Konkurrenz befreit.[76] Hierzu hatte er sich mit dem Kommandierenden Admiral Eduard von Knorr im Oberkommando abgestimmt.[77] Tirpitz konnte dabei an die Vorarbeit seines Amtsvorgängers Admiral Friedrich von Hollmann anknüpfen. Schon dieser hatte Knorr auseinandergesetzt, dass es für die Effektivität der eigenen Medienarbeit das Beste wäre, wenn nur noch eine Stelle in der Marine sich mit ihr befasse.[78] Auch später behauptete Tirpitz das Büro als alleinige Zentralstelle für die Medienarbeit.[79]

Das Büro setzte Tirpitz’ Medienstrategien im Sinne des Admirals um. Heeringen betonte, es existiere allein, weil „eine Aufklärung und Belehrung des deutschen Volkes über seine maritimen Aufgaben und Bedürfnisse erforderlich sei“, um das tirpitzsche Flottenbauprogramm zu realisieren.[80] Das Büro sollte langfristig das Ansehen der Marine bei der deutschen Bevölkerung aufbessern. Zusätzlich sollten einzelne Kampagnen die Haltung des Parlaments zu konkreten Forderungen der Marine beeinflussen.[81] Im Verlauf der Jahre änderte sich die Art und Weise, wie diese Ziele angestrebt wurden: Während seiner ersten Kampagne 1897 war das Büro intensiv mit den Details der Medienarbeit befasst und war als ihr Urheber erkennbar. Bereits 1900 agitierte es für ein zweites Flottengesetz weitgehend im Hintergrund, da es sich einen Ruf als verlässliche Quelle erarbeitet hatte und die Medienvertreter es von sich aus aufsuchten.[82] Neben

[72] Deist, Flottenpolitik, S. 68 f.; zur besonderen Stellung von Spezialisten im deutschen Militär Martin Kutz, Deutsche Soldaten. Eine Kultur- und Mentalitätsgeschichte, Darmstadt 2006, S. 109.

[73] Verfügung, 17. 6. 1897, BAMA, RM 3/9951, Bl. 5.

[74] Ebd. Zur Bedeutung der Informationsversorgung und Selbständigkeit siehe Heeringen, 1900, Bl. 89–92; ferner Schriftwechsel aus 1904, BAMA, RM 3/9685, Bl. 89 f.

[75] Deist, Flottenpolitik, S. 75.

[76] Siehe auch Creutz, Pressepolitik, S. 31.

[77] Deist, Flottenpolitik, S. 85.

[78] Hollmann an Knorr, 18. 12. 1896 und 16. 1. 1897, BAMA, RM 3/9951, Bl. 2, 4; vgl. zum Kompetenzstreit der beiden Marinespitzenbehörden Deist, Flottenpolitik, S. 63–69.

[79] So wurde die Idee des Admiralstabs abgelehnt, im Krieg eigene Pressekontakte der Kommandostellen zu erlauben, Grundsätze für die Behandlung der Presse während des Krieges, BAMA, RM 3/10371, Bl. 129 f.; Schreiben Boy-Eds, 20. 5. 1906, BAMA, RM 3/10371; Allerhöchste Kabinettsorder (A.K.O.), 22. 12. 1906, BAMA, RM 3/10371, Bl. 141; beachte auch Deist, Flottenpolitik, S. 88; allerdings wurde behördenintern erfolglos versucht, das Nachrichtenbüro wieder der Zentralabteilung des Reichsmarineamtes einzuverleiben, ebd., S. 75.

[80] Heeringen, 1900, Bl. 73; siehe auch Tirpitz, Erinnerungen, S. 82 f., 95 f.

[81] Deist, Flottenpolitik, S. 68 f.; siehe auch Heeringen, 1900, Bl. 74.

[82] Deist, Flottenpolitik, S. 139–141, 145; siehe auch Etmanski, Schlachtflottenbau, S. 110 f.

seiner „[u]nmittelbare[n] Arbeit in der Tagespresse" kooperierte es mit marinefreundlichen Akteuren wie dem Flottenverein oder Wissenschaftlern oder regte deren Engagement an.[83] Bei den Kampagnen für die Novellen des Flottengesetzes von 1906, 1908 und 1912 sah die praktische Arbeit wiederum anders aus:[84] Das Büro musste jetzt immer differenzierter argumentieren, da die grundlegenden Argumente inzwischen allgemein bekannt waren.[85] Zudem galt es beispielsweise vor der Novelle von 1906, die über Tirpitz' Ziele hinausgehenden Rüstungsforderungen des Kaisers, Kanzlers und Flottenvereins einzuhegen.[86] Trotz sich verändernder Aufgaben diente das Büro als Tirpitz' ‚Durchsetzungsbüro'. Seinen Erfolg konstatierte Heeringen bereits 1900. Er sah ihn darin, dass sich die Medien intensiver mit der Marine befassten. Auch seien alle wesentlichen Fachleute und auch Laien, nach anfänglicher Kritik, von der Ausrichtung des Flottenbaus auf Schlachtschiffe überzeugt worden.[87]

Unterschiedliche Methoden der Medienarbeit

Im weiteren Verlauf meiner Arbeit stehen die Praktiken der militärischen Medienspezialisten hinter der Analyse der medienstrategischen Überlegungen der Führungsebene zurück. Ein Blick auf die Arbeit des Nachrichtenbüros kann jedoch als Beispiel für diese Praktiken dienen und liefert zudem weitere Erkenntnisse über die Rolle, die verschiedene Medientypen aus Sicht militärischer Medienspezialisten für die Medienarbeit spielten – und über Medienbilder der deutschen Streitkräfte. Eine ausführliche Beschreibung der eigenen Praktiken gab ‚Pressechef' Heeringen in seiner Denkschrift von 1900. Darin schildert er detailliert, wie verschiedene Medien für das eigene Material interessiert wurden:

Als bestes Mittel, eine kürzere Nachricht, deren offiziöser Charakter hervortreten soll, zu verbreiten, ist das Wolff'sche Depeschenbüreau anzusehen. Für weniger offiziöse, etwas längere Sachen kommen zweckmässig die ‚Korrespondenzen' in Betracht. Die Erfahrung hat gelehrt, dass die grösseren *Berliner Blätter* sich durch Beschaffung geeigneter Mitarbeiter und auf Grund des diesen gelieferten Materials mit der Zeit ziemlich *unabhängig* gemacht haben. Zeitweise sind sie sogar *spröde* gewesen, wenn es sich um Aufnahme vom Nachrichtenbüreau gewünschter Artikel handelte. (Eine Ausnahme bildet natürlich die Norddeutsche Allgemeine Zeitung, die zu hochoffiziösen Mittheilungen nach wie vor heranzuziehen sein wird.) Ohne diesen Blättern die etwa erbetene Unterstützung zu versagen und neben der gelegentlichen Benutzung derselben zu wichtigeren Publikationen, dürfte es sich empfehlen, *den Versuch zu machen, die kleinere Presse, wohmöglich auch die linke oder abseits stehende*, mehr zu interessieren auf empfängliche, eifrig ihr *Provinzblatt lesende Zeitungsleser einzuwirken*. Erfahrungen nach dieser Richtung liegen bis-

[83] Hollweg, 1912, S. 2; ebd., S. 5–10, zu Maßnahmen, die die Medienarbeit des Büros flankierten; vgl. Deist, Flottenpolitik, S. 55, 104f.; des Weiteren Jens P. Ackermann, Die Geburt des modernen Propagandakrieges im Ersten Weltkrieg. Dietrich Schäfer. Gelehrter und Politiker, Frankfurt am Main 2004, S. 127–130; Baldur Kaulisch, Alfred von Tirpitz und die imperialistische deutsche Flottenrüstung. Eine politische Biographie, Berlin ³1988, S. 82–85; Uhle-Wettler, Tirpitz, S. 140, benennt die Kieler Woche als eine Maßnahme.

[84] Deist, Flottenpolitik, S. 327.

[85] Hollweg, 1912, S. 3–5.

[86] Deist, Flottenpolitik, S. 185–194; Deist, Reichsmarineamt, *passim*.

[87] Heeringen, 1900, Bl. 75f.

her kaum vor. Die Gefahr hierbei ist, dass, wie auch bei allen Korrespondenzen (Marinekorrespondenzen), leicht *Stoffmangel* eintritt, dem mit den Kräften des Nachrichtenbüreaus nicht vorzubeugen ist. Die dauernde Anstellung eines *gewandten Journalisten* könnte dem abhelfen. Vielleicht würde auch eine vermehrte Heranziehung *schriftstellerisch begabter Seeoffiziere* wirksam sein. Die grösseren *nicht in Berlin erscheinenden Blätter* werden nach wie vor von Zeit zu Zeit mit Hilfe der im Nachrichtenbüreau bekannten Korrespondenten und unter in Anspruchnahme journalistischer Hilfskräfte auf dem Laufenden zu erhalten sein. Technisch ist von Bedeutung, dass alle solche Artikel kurz (1 1/2 Spalten) und fesselnd geschrieben sind. *Den illustrirten Journalen müsste grössere Beachtung wie bisher geschenkt werden.* Eine grosse Zahl derselben weiss noch nicht, wie bereit das Nachrichtenbüreau ist, ihnen auf Wunsch Abbildungen oder Text zur Verfügung zu stellen. Ihr Einfluss ist ein sehr grosser und es muss versucht werden, Fühlung mit ihnen zu bekommen. *Auch nach dieser Richtung hat das Nachrichtenbüreau noch eine Erweiterung seiner Aufgaben vor sich.* Durch Beschaffung aktueller, für diese Redaktionen sonst schwer erhältlicher Photographien und kostenloser Abgabe derselben wird sich der gewünschte Zweck erreichen lassen.[88]

Heeringen sah Vor- und Nachteile verschiedener Medientypen, immer im Dienst der Medienstrategien des Büros, dessen Ausweitung er nebenbei forderte. Berührungsängste mit Medienvertretern kannte er selbst bei linksgerichteten Medien nicht. Explizit überlegte er, Journalisten einzustellen, und betonte, wie man den Bedürfnissen der Medien entsprechen konnte; insbesondere hob er hier Schnelligkeit im Beantworten von Anfragen hervor.[89] Zwölf Jahre später bestätigte Hollweg die Erkenntnisse seines Vorgängers.[90] Darüber hinaus beschrieb er verfeinerte Methoden. So könnte man Nachrichten in der Provinz verbreiten, damit die Hauptstadtpresse sie aus den dortigen Zeitungen erführe oder umgekehrt, je nach Bedarf. Besonders hob er hervor, dass das Büro kaum noch eigene Artikel verfassen müsse. Es genüge, für die richtigen Schlagwörter und deren Wiederholung zu sorgen. Marineschriftsteller, denen man zu Festanstellungen bei großen Zeitungen verholfen habe, dienten als Zugang zu diesen.[91] Abschließend schilderte Hollweg eindrücklich den Wert persönlicher Kontakte zu Medienvertretern und wie man diese Kontakte aufbaue – und betonte den Wert kontinuierlicher Tätigkeit:

Hierbei gilt in erster Linie das Prinzip ‚do ut des' d. h. man muß auch in ruhigen Zeiten, wenn ein eigentliches Bedürfnis mit der Presse zu arbeiten nicht vorhanden ist, die bekannten Presse-Vertreter gelegentlich mit einer willkommenen Nachricht versehen, darf sie zum mindesten nicht abweisen und muß sich bemühen, ihren ev. Wünschen nach Möglichkeit entgegenzukommen. Man darf auch nicht in der Illusion leben, daß die Pressevertreter, die täglich oder häufiger im N-B. [Nachrichtenbüro, CG] ein- und ausgehen aus reiner Liebe zur Marine ihre Tätigkeit ausüben. Für sie alle ist die Presse-Tätigkeit ein Broterwerb. Sie sind dakbar [sic, CG] dafür, wenn sie in diesem Sinne unterstützt werden. Sie äußern ihre Dankbarkeit dadurch, daß sie in den Zeiten, wo die Marine sie braucht die Gedanken vertreten, von deren Richtigkeit sie im Gespräch im Nachrichtenbureau überzeugt worden sind. Erleichtert wird diese Tätigkeit des N.-B. dadurch, daß in Zeiten, wo die Marine im Vordergrunde des Interesses steht, die Journalisten häufiger anfragend vorsprechen. Es sollte aber keine Gelegenheit vorüber gelassen werden, neue Bekanntschaften zu machen und diese durch freundliches Entgegenkommen an das N.-B. zu fesseln, und zum gelegentlichen Wiedervorsprechen zu veranlassen. Solche Bekanntschaften entstehen gelegentlich dadurch, daß ein Neuling mit einer Anfrage im Amte vorspricht, daß man auf Pressefest-

[88] Ebd., Bl. 83–85, Hervorhebungen im Original.
[89] Heeringen, 1900, Bl. 92.
[90] Hollweg, 1912, S. 21–25.
[91] Ebd., S. 24 f., 36 f.

lichkeiten neue Bekanntschaften macht oder alte auffrischt usw. Im allgemeinen verhält es sich damit wie mit der Praxis eines Arztes: Die Empfehlung von Mund zu Mund ist die beste.[92]

Hollwegs Empfehlungen ähnelten vordergründig der Medienarbeit, die Fisher betrieb: Hollweg riet zu persönlichen Kontakten, zu Freundlichkeit – allerdings immer im Namen des Büros, nicht zu Freundschaften, wie sie Fisher pflegte. Hier wird zwar zunächst einmal ein methodischer Unterschied zwischen privaten oder von Amts wegen systematisch gepflegten Medienkontakten deutlich. Zusammen mit dem zuvor gesagten wurden aber auch die unterschiedlichen Medienbilder sichtbar.

Dort, wo Fisher sehr vertraute Kontakte pflegte, führte das Nachrichtenbüro ein Pressebuch, das Aufschluss über die Zuverlässigkeit der verschiedenen Medienvertreter gab und sie utilitaristisch bewertete.[93] Wo Fisher auf persönliche, wenn auch möglichst unsichtbare Kontakte setzte, schuf sich Tirpitz eine offizielle Stelle für die Medienarbeit. Er setzte Spezialisten ein, auf die er im Zweifelsfall die Verantwortung für die Medienarbeit abwälzen konnte. Beide Arten der Medienarbeit waren ‚landestypisch' und spiegelten die vorherrschenden Medienbilder wider: Für die britischen Streitkräfte, inklusive ihrer Ministerien, war es zwar verpönt, aber dennoch bis hin zu einfachen Schreibern üblich, Kontakte zu einzelnen oder auch mehreren Vertrauten in der Presse zu haben, diese als Partner „on independent and equal terms"[94] zu betrachten; schließlich entstammte man häufig den gleichen sozialen Kreisen und kannte sich. Die Medienvertreter wurden inoffiziell mit Informationen versorgt – gegen Bezahlung, oder aufgrund eigener Ziele der jeweiligen Informanten. Eine institutionalisierte Medienarbeit dagegen war kaum vorhanden. Die Medienbeziehungen waren entsprechend erratisch, oft gar gegenläufig.[95] Im betont elitären deutschen Militär wurden persönliche Medienbeziehungen deutlich stärker abgelehnt.[96] Medien und ihre Vertreter wurden eher wie lästige Untergebene, gar als Mittel zum Zweck gesehen, aber nicht als Partner. Ludolf von dem Knesebeck urteilt, Medienvertreter hätten in der Vorkriegszeit als „Menschen dritter und vierter Klasse" gegolten.[97] Jörg Requate zeigt am Beispiel

[92] Ebd., S. 6f., Hervorhebung im Original.

[93] Ebd., S. 26–28.

[94] So beschrieb der Zeitungsbesitzer Lord Beaverbrook das Verhältnis der britischen Presse zur Regierung, Beaverbrook, Politicians and the Press, London o. J., S. 46.

[95] Morris, Scaremongers, S. 105–107, vgl. auch ebd., S. 91–94; siehe ferner unten, Kapitel 3.1.

[96] Siehe Kutz, Soldaten, S. 31f.; Heiger Ostertag, Bildung, Ausbildung und Erziehung des Offizierkorps im deutschen Kaiserreich 1871 bis 1918. Eliteideal, Anspruch und Wirklichkeit, Frankfurt am Main 1990, S. 308; für die Perspektive der Polizei Philipp Müller, Auf der Suche nach dem Täter. Die öffentliche Dramatisierung von Verbrechen im Berlin des Kaiserreichs, Frankfurt am Main 2005, S. 148f. Beachte auch Dominik Geppert, Ambassadors of Democracy. British and German Foreign Correspondents in the Age of High Imperialism, in: Frank Bösch und Dominik Geppert (Hrsg.), Journalists as Political Actors. Transfers and Interactions Between Britain and Germany Since the Late 19th Century, Augsburg 2008, S. 35–55, hier S. 48f.

[97] Ludolf Gottschalk von dem Knesebeck, Die Wahrheit über den Propagandafeldzug und Deutschlands Zusammenbruch. Der Kampf der Publizistik im Weltkriege. Im Anhang 20 unveröffentlichte Briefe Ludendorffs aus dem Weltkrieg und die wahrscheinliche Denkschrift Bethmanns zu Falkenhayns Entlassung, Berlin 1927, S. 26.

eines ab 1906 in Berlin arbeitenden Wiener Journalisten, es „sei das Schlimmste, was einem höheren deutschen Beamten hätte passieren können, in den Verdacht zu geraten, daß er einem Journalisten etwas gesagt hätte.“[98] Dies bedeutete nicht, dass es solche Kontakte nicht gegeben hätte. Gerade das Auswärtige Amt verfügte mit Otto Hammann über eine zentrale Figur in der regierungsamtlichen Medienarbeit, die an ausgewählte Journalisten Informationen weitergab.[99] Darüber hinaus waren bürokratische Medienbeziehungen bekannt, die das Problem zu umgehen halfen.[100] Sie hielten den problematischen Ruf vom Dienstherren fern und ‚belasteten‘ stattdessen die Untergebenen. Tirpitz’ Medienspezialisten hielten mit Blick auf das Ansehen ihrer Arbeit lapidar fest: „Dem Frontoffizier ist diese unaufrichtige Tätigkeit begreiflicherweise unsympathisch. Damit muß sich der zum N-B. Kommandierte wohl oder übel abfinden.“[101] Es gab also bei allen Ähnlichkeiten der Ziele unterschiedliche Methoden und auch ‚Stile‘ der Medienarbeit, wie bereits Geppert feststellte.[102] Sie spiegelten die landestypischen Medienbilder und den Unterschied in der politischen Kultur eines vergleichsweise zurückhaltend und liberal auftretenden Staates in Großbritannien und eines starken, interventionsbereiten in Deutschland wider, wie sie nicht zuletzt auch im Umgang mit der sozialistischen Presse in beiden Ländern sichtbar geworden waren.[103] Dieser Unterschied zeigte sich auch in den Konsequenzen, die die Medienarbeit Fishers und Tirpitz’ nach sich zog. Namentlich entwickelten die Medienbeziehungen der Admirale nicht immer kontrollierbare Eigendynamiken.

Eigendynamiken der Medienarbeit und ihre Folgen

Auch wenn Fisher und Tirpitz Medienarbeit betrieben und diese jeweils positiv bewerteten, heißt das nicht, dass sie ihre Medienbeziehungen in allen Aspekten hätten kontrollieren können. Die Interaktion mit den Medien hatte für beide Admirale Konsequenzen, die sich kaum von vornherein überschauen ließen. Sie wa-

[98] Jörg Requate, Öffentlichkeit und Medien als Gegenstände historischer Analyse, in: GuG 25 (1999), S. 5–32, hier S. 25, gestützt auf M. Reiner, My Life in Germany. Before and After January 30, 1933, S. 8ff., Houghton Library, Harvard University, Manuscript Collection bMS Ger 91 (182); vgl. Koszyk, Pressepolitik, S. 12f.

[99] Otto Groth, Die Zeitung. Ein System der Zeitungskunde (Journalistik) (Bd. 2), Mannheim 1929, S. 223–227; Mommsen, Selbstzensur, S. 29f. Wilke, Presseanweisungen, S. 14; zu weiteren Kontakten zwischen Chefredakteuren angesehener Blätter und politischen und militärischen Eliten siehe Creutz, Pressepolitik, S. 5f.; Birgit Zimmer-Wagner, Theodor Wolff und der Erste Weltkrieg 1914–1918. Ein Journalist zwischen Anpassung und Rebellion, Frankfurt am Main 2005, S. 55.

[100] Geppert, Pressekriege, S. 243, 257.

[101] Hollweg, 1912, S. 15.

[102] Geppert, Pressekriege, S. 294–297; beachte auch Tirpitz, Erinnerungen, S. 169–177; Bösch, Geheimnisse, S. 37.

[103] Bedenke hierzu die von Curran und Seaton beobachtete informelle, wirtschaftliche Einhegung politisch unliebiger Presse in Großbritannien, im Gegensatz zu der offenen staatlichen Intervention in Form des Gesetzes gegen die gemeingefährlichen Bestrebungen der Sozialdemokratie in Deutschland; Curran und Seaton, Power, S. 3–9, 22, 32f.

ren so unterschiedlich wie die Methoden der Medienarbeit und gerade in Deutschland folgenreich.

Im Jahr 1902 berichtete der britische Marineattaché in Berlin, Arthur W. Ewart, dass die Royal Navy aus deutscher Sicht immer inkompetenter wirke. Es war ein weiteres Beispiel für die enge gegenseitige Beobachtung der Streitkräfte. In diesem Fall meinte Ewart, die von Deutschland aus wahrgenommene Inkompetenz der britischen Marine liege an den hysterischen, selbstinitiierten Kampagnen einiger Zeitungen, die angesichts der deutschen Marinebegeisterung und Marineverstärkung eigene Aktivitäten forderten. Ewarts Rezept zur Lösung dieses Problems war der Aufbau eines Marinenachrichtenbüros in Großbritannien, so wie es in Deutschland eines gab. Selborne und der damalige First Sea Lord, Vizeadmiral Walter Talbot Kerr, lehnten in diesem Fall allerdings ab. Sie wollten die von ihnen gesehene positive Wirkung der Pressepanik auf den Marinehaushalt nicht zähmen. Zudem fürchteten sie, eine institutionalisierte Form der Medienarbeit wäre weniger effektiv als die etablierte Praxis. Den Vorwurf der Inkompetenz waren sie bereit hinzunehmen.[104] Diese Konsequenz der ‚typisch britischen' Medienarbeit dieser Zeit ertrug auch Fisher. Als er 1908/1909 für den Neubau von acht *Dreadnoughts* argumentierte, nutzten seine Gegner diesen *Navy Scare*, um ihm seine vorherigen Reformen vorzuwerfen. Er müsse nun nur deshalb so viele Neubauten fordern, weil er zuvor zu sehr gespart habe.[105] Sein wichtigster Gegner war Admiral Charles Beresford. Beresford nutzte, wie Fisher, die Medien, um die Interessen der Marine zu verfechten. Begonnen hatte er diese Praxis bereits 1874 als Mitglied des Parlaments.[106] Beresford, der zwischen Militär und Parlament wechselte, war bei der Beschießung Alexandrias 1882 zum nationalen Helden ‚Charlie B' geworden. Mit Fisher lag er seit ihrer gemeinsamen Zeit bei der Mittelmeerflotte in einer zunehmend scharfen Fehde.[107] In ihren Streit um die richtige Marinepolitik mischten sich persönliche Konkurrenz und Antipathie. Beide trugen ihn auch über die Medien aus, was möglich war, weil es keine offizielle, zentrale Medienarbeit der Marine gab.[108] Der Konflikt eskalierte, als Fisher die Kanalflotte teilen ließ, kurz nachdem Beresford 1906 das Kommando über sie erhalten hatte. Medienvertreter beider Seiten machten den Konflikt zum öffentlichen Spektakel. Einige Verbündete Fishers wechselten hierbei in das Lager seiner Gegner, indem sie ihm vorwarfen, aufgrund persönlicher Antipathie die Nordsee zu schwach zu bewachen.[109] Der Konflikt der Admirale war auch ein Grund für Fishers Rücktritt als First Sea Lord. Anfang 1909 wollte Beres-

104 Geppert, Pressekriege, S. 240–243.

105 Marder (Hrsg.), Fisher 2, S. 208f.; das Argument, die amtierende Regierung habe die Navy durch übertriebene Sparmaßnahmen ruiniert, war ein Klassiker der Flottenfreunde, Hamilton, Navy, S. 74–77.

106 Hamilton, Navy, S. 46–51; siehe auch ebd., S. 85–89.

107 V. W. Baddeley, überarbeitet durch Paul G. Halpern, Beresford, Charles William de la Poer, Baron Beresford, in: ODNB 5, Oxford 2004, S. 323–326.

108 Für ein lebhaft, wenn auch etwas einseitig geschildertes Beispiel siehe Richard Freeman, The Great Edwardian Naval Feud. Beresford's Vendetta Against ‚Jackie' Fisher, Barnsley 2009, S. 154–166.

109 Morris, Scaremongers, S. 125–127.

ford beweisen, dass Fisher geheime Dokumente aus der Admiralty an die Medien gab, nachdem er selbst wegen seines Umgangs mit einem Untergebenen, der zugleich ein Vertrauter Fishers war, zum Ziel einer breit angelegten Pressekritik geworden war.[110] Fisher dagegen warf Beresford Insubordination vor. Ob des öffentlich eskalierenden Streits seiner Admirale zeigte sich sogar der mit Fisher befreundete König Edward VII. ungehalten.[111] Schließlich gelang es Beresford vor dem Hintergrund der hitzigen Debatte, Fishers Reformpolitik durch das CID untersuchen zu lassen.[112] Die Untersuchungskommission stellte sich weder auf die Seite Beresfords, der in den Medien einen Sieg für sich behauptete, noch auf die Fishers. Dennoch verließ Fisher in der Folge sein Amt, enttäuscht, dass das CID sich nicht völlig hinter ihn gestellt hatte.[113] Fishers Rücktritt im Januar 1910 war keine direkte Folge seiner Medienarbeit. Diese hatte aber zur Eskalation der Auseinandersetzung mit Beresford beigetragen – auch wenn Fisher bei sich keine Schuld sah:

> I can truthfully say I never sought the Press, but I recognized it as the one and only engine that could effect the vast revolution […] that the whole scheme of October 21, 1904 […] meant. […] I never gave *déjeuners* to the Press like Beresford at Claridge's, or in my flagship. Even you yourself [White, CG], perhaps twice you have lunched with me. I don't think anyone else ever has. Perhaps Thursfield once! Those are all eloquent facts.[114]

Fishers Medienarbeit war eine persönliche gewesen. Dies galt auch für ihre Konsequenzen – und als der Admiral in den Ruhestand ging, nahm er seine Medienbeziehungen mit. In Deutschland stellte sich die Lage anders dar.

Da Tirpitz die Medienarbeit der deutschen Marine, anders als Fisher, seiner zentralen Kontrolle unterworfen hatte, blieben für ihn vergleichbare Probleme aus. Doch auch seine Art der Medienarbeit hatte ungeplante Konsequenzen. So entwickelte das Nachrichtenbüro beträchtliche Eigendynamiken. Nicht zuletzt fanden seine Mitarbeiter immer wieder Argumente für den Fortbestand und sogar die Ausweitung des Büros. So betonte Heeringen bereits 1900, dass mit der medialen Präsentation der eigenen Anliegen und den gewonnenen Abstimmungen im Parlament die Arbeit nicht vorüber sei. So sei die Bevölkerung noch nicht letztgültig überzeugt; insbesondere Vertreter agrarischer Interessen seien noch kritisch. Zwischen diesen und industriellen Kreisen bestehe gar ein grundlegender Konflikt, der sich noch über Jahrzehnte hinziehen und auf das Schicksal der Marine auswirken werde. Während die Industrie sachliche Interessen mit der Marine verbinde, seien die agrarischen Kreise für den politischen Rückhalt unverzichtbar.[115] Die von Tirpitz gewünschte Flotte sei noch nicht gesichert und „so

110 Zum Problem der Informationssicherheit, das durch die Medienarbeit nicht verkleinert wurde, siehe Kapitel 3; vgl. auch Geppert, Pressekriege, S. 278 f.

111 Morris, Scaremongers, S. 185–187.

112 Aufzeichnungen des Sub-Committee of the CID to Inquire into certain questions of Naval Policy raised by Lord Charles Beresford, TNA, Cab 1/37.

113 Marder (Hrsg.), Fisher 2, S. 210–219.

114 Fisher an White, 10. 2. 1910, zitiert nach Marder (Hrsg.), Fisher 2, S. 305 f.

115 Heeringen, 1900, Bl. 76, 80 f.; ‚die Industrie' sprang im Übrigen von sich aus auf die Flottenbegeisterung an und befeuerte sie durch Marinespielzeuge und ähnliche Produkte, Etmanski, Schlachtflottenbau, S. 119.

dürfen wir die öffentliche Meinung und den Schauplatz der politischen Tageskämpfe in Presse und Literatur nicht sich selbst überlassen, sondern müssen das Feld andauernd bearbeiten.“[116] Insbesondere gelte es, die Jugend zu gewinnen, um das Marineinteresse der künftigen Bevölkerung auf den gleichen Stand zu bringen, den es in den USA und in Großbritannien einnehme. So argumentierte Heeringen für eine bessere finanzielle Ausstattung seines Büros.[117] Dies, so versicherte er Tirpitz, sei in dessen eigenem Interesse. Weiterhin sei „ein rother Faden“ nötig, „*der in Zukunft die Richtung beim weiteren Flottenausbau angiebt und der später die Grundlage für eine erneute Agitation bilden soll.* – Diese Richtung wird durch Seine Excellenz dem Nachrichtenbüreau angegeben werden müssen.“[118] Auch Hollweg argumentierte zwölf Jahre später, dass gerade die Erfolge des Büros weitere Anstrengungen notwendig machten, da sie ansonsten keinen Bestand haben würden: „Ist man daher von der Richtigkeit des Weltmachtsgedankens an sich und der Notwendigkeit einer starken Flotte überzeugt, so muß die Aufklärungsarbeit noch Jahrelang weiter fortgesetzt werden.“[119]

Die Mitarbeiter des Büros hatten nicht nur Tirpitz’ Unterstützung; zusätzlich fand das Büro Anhänger in anderen Bereichen der Marine. Das beste Beispiel hierfür bietet die Schiffsjungenwerbung. Da die wachsende Flotte zunehmend Schiffsjungen benötigte, trat Kapitänleutnant Elert von der Inspektion des Bildungswesens der Marine am 20. Oktober 1906 an das Büro heran, als sich zu wenige Rekruten meldeten.[120] Sofort waren die Medienspezialisten bereit zu helfen. Sie entwickelten eine Medienstrategie und priesen sie gegenüber Elert an: „Natürlich muß auch unserer Ansicht nach die Agitation durch die Presse betrieben werden. Sie wird sich aber voraussichtlich erheblich einfacher und daher auch weit billiger wie dort und bei der Schiffsjungen-Division angenommen, durchführen lassen.“[121] Elert ging auf das Angebot ein. Bis in den Ersten Weltkrieg hinein betrieb das Nachrichtenbüro Medienarbeit, um Schiffsjungen zu rekrutieren. Deren Wirksamkeit galt als erwiesen, da gezählt werden konnte, wie viele Rekruten sich auf welche Anzeige hin meldeten – ohne dass hinterfragt worden wäre, ob sie sich ursächlich wegen dieser Anzeigen bewarben. Letzteres wurde vorausgesetzt. Die Inspektion des Bildungswesens jedenfalls war überzeugt. Sie bestätigte dies dem Büro infolge der Kampagne von 1910: „Ich beehre mich, dies [die Anzahl der Bewerbungen, CG] dem Nachrichtenbureau ergebenst mitzuteilen, um zu zeigen, wie hoch der Wert der von dort eingeleiteten Propaganda zu bemessen ist.“[122] Die Marine, mit anderen Worten, war von den Leistungen ‚ihres‘ Nachrichtenbüros überzeugt und akzeptierte dessen Expertise in der Medienarbeit. Da seine Ar-

[116] HEERINGEN, 1900, Bl. 79.
[117] Ebd., Bl. 86, 90. Die Finanzierung basierte vor allem auf Spenden, siehe DEIST, Flottenpolitik, S. 81 f.
[118] HEERINGEN, 1900, Bl. 83, Hervorhebung im Original.
[119] HOLLWEG, 1912, S. 34 f. Die Einflussnahme sollte möglichst unbemerkt geschehen, ebd., S. 19.
[120] Es handelte sich vermutlich um Paul von Elert.
[121] BAMA, RM 3/10201, Bl. 88–90.
[122] Inspektion des Bildungswesens an Nachrichtenbüro, 13. 8. 1910, BAMA, RM 3/10201, Bl. 313.

beit, letztlich auf nicht überprüfbaren Annahmen beruhend, als wirksam wahrgenommen wurde, konnte das Büro seine Existenz auch außerhalb seiner Rolle als Tirpitz' Agent rechtfertigen und sich selbst mit Aufgaben versehen.[123]

Dies war eine durchaus typische institutionelle Eigendynamik.[124] Sie war ein wichtiger Grund dafür, dass die Medienarbeit im deutschen Militär noch vor dem Ersten Weltkrieg über die Grenzen der Marine hinaus zu einem offiziellen Bestandteil militärischer Aufgaben werden konnte – anders als in Großbritannien.

2.2 Im Windschatten der Marine? Die Medienarbeit der Landstreitkräfte

Die Landstreitkräfte Deutschlands und Großbritanniens hatten an der Jahrhundertwende, anders als die Seestreitkräfte, keine vergleichbaren technologischen und haushaltspolitischen Reformen zu schultern. Ihre Spitzenvertreter sahen sich daher auch nicht genötigt, auf Medienarbeit in vergleichbarem Ausmaß zurückzugreifen, um politische Forderungen zu untermauern. Dennoch gab es in beiden Ländern Formen der Medienarbeit, die sich in den Jahren vor dem Ersten Weltkrieg in Deutschland zudem deutlich änderten. Zuerst jedoch zur Situation an der Jahrhundertwende.

Medienarbeit als Randerscheinung – Die Heere zur Jahrhundertwende

Eine gute Vorstellung von der Medienarbeit des britischen Heeres und dessen Medienbeziehungen erhält man, wenn man sich diejenigen der Royal Navy ohne die besonderen Aktivitäten Fishers vorstellt. Zwar pflegten zahlreiche Offiziere ebenso wie von ihnen protegierte Untergebene und zivile Mitarbeiter der Streitkräfteministerien individuelle Kontakte zu Medienvertretern und betrieben Medienarbeit im Sinne ihrer Interessen – nicht zuletzt auch des eigenen Ansehens. Doch auch wenn aus allen Hierarchieebenen des War Office inoffizielle Informationen heraussickerten, verfolgte niemand an der Streitkräftespitze Medienstrategien so konsequent und umfangreich wie Fisher. Der Director-General of Mobilization and Military Intelligence at Head-Quarters, Generalmajor William Nicholson,[125] versuchte zwar, den Militärkorrespondenten der *Morning Post*, Spenser

[123] Geiger beobachtete ein ähnliches Phänomen der Experten-Inszenierung für die Werbeindustrie, GEIGER, Kritik, S. 470.

[124] Schimank identifiziert vor dem Hintergrund älterer Positionen zur gesellschaftlichen Ausdifferenzierung „Konkurrenzvermeidung, Domänenausdehnung und Autonomiesicherung" als übliche Beharrungskräfte bürokratischer Organisationen, UWE SCHIMANK, Theorien gesellschaftlicher Differenzierung, Opladen ²2000, S. 272. Siehe auch Luhmann, Niklas, Zweck-Herrschaft-System. Grundbegriffe und Prämissen Max Webers, in: Renate Mayntz (Hrsg.), Bürokratische Organisation, Köln 1968, S. 36–55, vor allem S. 48–51.

[125] LONDON GAZETTE, 9. 7. 1901, http://www.london-gazette.co.uk/issues/27331/pages/4573 (zuletzt geprüft am 12. 8. 2012).

Wilkinson, als seinen Assistenten einstellen. Dies scheiterte jedoch am Widerspruch des Schatzamtes. Persönliche Verbindungen pflegten vor allem die Minister. Als Politiker verfolgten sie sehr wohl Medienstrategien oder trugen über die Medien Fehden aus, manchmal auch mit den Medien: John Brodrick etwa, Secretary of State for War von 1900–1903, versuchte die *Daily Mail* von jeglichen Informationen seines Ministeriums – auch den eher spärlichen, offiziellen – fernzuhalten. Die kritischen Berichte der Zeitung, beispielsweise über die medizinische Versorgung der Truppen im Südafrikanischen Krieg, hatten ihn empört. Der Versuch einzelne Zeitungen schlechter zu behandeln als andere, scheiterte an einem Entrüstungssturm in der Presse, dem sich das Parlament anschloss.[126]

Unter den führenden Militärvertretern nutzen neben Nicholson beispielsweise auch Feldmarschall Garnet Wolseley, der spätere Feldmarschall Horatio Herbert Kitchener oder General Sir Evelyn Wood Kontakte zu den Medien für ihre Zwecke. Besonders zu erwähnen ist vor allem auch Feldmarschall Frederick Roberts.[127] Dieser hatte im Afghanistankrieg 1878–1879 begonnen, Medienarbeit für sein eigenes Ansehen zu betreiben – schon, um sich gegen mediale Anfeindungen zu verteidigen. Im weiteren Verlauf seiner Karriere nutze er seinen Ruf als Held, um seine Positionen in der Militärpolitik zu vertreten.[128] Auch im Südafrikanischen Krieg pflegte er gute Kontakte zur Presse. Zunächst hatten in diesem Krieg Berichterstatter, die nicht zur Entourage des Oberbefehlshabers General Sir Redvers Buller gehörten, einen schweren Stand gehabt. Die schlechtgestellten Zeitungen hatten hiergegen Beschwerde geführt. Als Bullers Nachfolger stellte Roberts hingegen die Medienvertreter zufrieden, galt gar als „Reporter-in-Chief“.[129] Auch nach seiner Rückkehr aus Südafrika setzte Roberts seine Kooperation mit den Medienvertretern fort. Insbesondere galt dies für die Diskussion um die Einführung der Wehrpflicht (*Conscription*). Roberts war überzeugt, dass Großbritannien diese benötige, um in einem erwarteten europäischen Krieg bestehen zu können.[130] Er wurde zum herausragenden Agitator dieser Idee und kooperierte intensiv mit Medienvertretern wie Repington, nachdem er sich im CID nicht hatte durchsetzen können. Seine Kampagne begann er allerdings erst 1905, als er bereits im Ruhestand war.[131] Insofern zählt sie nicht zu den offiziellen Medienbeziehungen der britischen Armee.

[126] MORRIS, Scaremongers, S. 91–94; beachte ferner, grundsätzlich, Curran und Seaton, Power, S. 25.
[127] Beachte STREETS, Influence, S. 231–233 sowie *passim*. Siehe auch unten, Kapitel 3 und 4.
[128] STREETS, Influence, S. 234–241.
[129] WILKINSON, Secrecy, S. 16–18; siehe auch HILEY, Control, S. 37–43; HUDSON und STANIER, War, S. 31–37; ANDREAS STEINSIECK, Ein imperialistischer Medienkrieg. Kriegsberichterstatter im Südafrikanischen Krieg (1899–1902), in: Ute Daniel (Hrsg.), Augenzeugen. Kriegsberichterstattung vom 18. zum 21. Jahrhundert, Göttingen 2006, S. 87–112, hier vor allem S. 92 f.
[130] Die Bedeutung der Angst vor militarisierten Nationen Europas für die Popularität der britischen Streitkräfte vor dem Ersten Weltkrieg betont JOHN M. MACKENZIE, Propaganda and Empire. The Manipulation of British Public Opinion 1880–1960, Manchester 1997.
[131] MORRIS, Scaremongers, S. 108–114; WILKINSON, Secrecy, S. 26.

Für eine amtliche Medienstrategie des War Office gibt es lediglich einen Hinweis: Das Ministerium schaltete 1897 Anzeigen in Zeitungen.[132] Obwohl diese Spielart der Medienarbeit zu Beginn des Ersten Weltkriegs durchaus Folgen haben sollte (siehe dazu unten, Kapitel 4.1) – im Vergleich zu Fishers Aktivitäten in der Marine war derlei eher rudimentär. Abgesehen von persönlichen Verbindungen einzelner Offiziere zu Medienvertretern waren Medienstrategien der Einflussnahme im britischen Heer um die Jahrhundertwende also wenig relevant. Dagegen war das deutsche Heer bereits etwas aktiver.

Das Heer genoss im wilhelminischen Kaiserreich großes Ansehen, und sein Generalstabschef Generaloberst Alfred Graf von Schlieffen war für die Medien durchaus eine populäre Figur. Nach seinem Dienstende 1905 veröffentlichte er regelmäßig Artikel.[133] Damit verhielt er sich nicht anders als viele andere Offiziere seiner Zeit, die an Debatten in ihrem Stand angemessenen Publikationen teilnahmen.[134] Letztlich waren solche Aktivitäten denen der britischen Offiziere nicht unähnlich.

Daneben gab es jedoch im deutschen Heer[135] – abgesehen von der oben bereits erwähnten Kampagne Keims im Jahre 1893, die in den Bereich der politischen Medienbeziehungen zählte – eine Form offizieller und relativ routinierter Medienarbeit, die ganz im Zeichen eines Konfliktes mit progressiven politischen Kreisen stand, vor allem mit der SPD und ihren sowie ihr nahestehenden Medien. Der Konflikt rührte daher, dass die SPD das kaiserliche Heer als autoritäres Machtinstrument ablehnte und durch ein dem Kaiser entzogenes Milizsystem ersetzen wollte, während die Heeresführung mit Schrecken auf die Partei und ihre zunehmenden Wahlerfolge blickte.[136] Er erhielt eine besondere mediale Ebene, da die zunehend in deutschen Parlamenten vertretenen SPD-Abgeordneten nicht sel-

[132] Wilkinson, Secrecy, S. 4.

[133] Becker und Krumeich, Krieg, S. 200; Friedrich von Boetticher, Schlieffen. Viel leisten, wenig hervortreten – mehr sein als scheinen, Göttingen ²1973, S. 101 f.

[134] Wilhelm Deist, Zur Geschichte des preußischen Offizierkorps 1890 bis 1918, in ders., Militär, Staat und Gesellschaft. Studien zur preußisch-deutschen Militärgeschichte, München 1991, S. 43–56, hier S. 46; Ludendorff beispielsweise veröffentlichte erstmals 1895/96 einen Text, Franz Uhle-Wettler, Erich Ludendorff in seiner Zeit. Soldat – Stratege – Revolutionär. Eine Neubewertung, Berg ²1996, S. 46; eine Ausnahme von diesem verbreiteten Verhalten stellte der spätere Generalfeldmarschall Paul von Hindenburg dar, Pyta, Hindenburg, S. 33.

[135] Dies war laut Artikel 60 der *Reichsverfassung von 1871* der Sammelbegriff für die verbündeten Heere Preußens, Bayerns, Sachsens, Badens und Württembergs.

[136] Beachte die ausführliche Darstellung bei Reinhard Höhn, Der Kampf des Heeres gegen die Sozialdemokratie (Sozialismus und Heer, Bd. 3), Bad Harzburg 1969, wo ein Schwerpunkt auf anti-sozialdemokratischen Maßnahmen wie der Vorbildwirkung ehemaliger Offiziere, Jugendarbeit und der Arbeit mit Kriegervereinen liegt. Siehe aber auch die einschränkenden Bemerkungen bei Frank Becker, ‚Bewaffnetes Volk' oder ‚Volk in Waffen'? Militärpolitik und Militarismus in Deutschland und Frankreich 1870–1914, in: Christian Jansen (Hrsg.), Der Bürger als Soldat. Die Militarisierung europäischer Gesellschaften im langen 19. Jahrhundert. Ein internationaler Vergleich, Essen 2004, S. 158–174, hier S. 168. Beachte ferner Ute Frevert, Die kasernierte Nation. Militärdienst und Zivilgesellschaft in Deutschland, München 2001, S. 271–276.

ten Journalisten waren.[137] Allerdings versuchte das Heer zunächst kaum, über die Medien aktiven Einfluss auszuüben, auch wenn Militärschriftsteller, ehemalige und teils auch aktive Offiziere durchaus publizistisch gegen die Milizidee vorgingen – nicht zuletzt um „die befürchtete Wirkkraft sozialdemokratischer Propaganda zu neutralisieren."[138] Die Heeresspitze sah die Medien vor allem als eine Quelle, beziehungsweise zumindest als Verstärker von Schwierigkeiten mit den Parlamenten auf der einen, der Disziplin der Soldaten auf der anderen Seite, die sie auf zwei Wegen einzudämmen gedachte:

Einerseits wollte die Heeresführung die Medienprodukte kontrollieren, die innerhalb des Militärs konsumiert wurden. Wie die SPD, so vermutete auch sie, dass der Einfluss der Arbeiter innerhalb der Wehrpflichtarmee zunehmen und ihren Charakter ändern könnte; auch deshalb verzichtete das Heer über Jahre auf große Personalerweiterungen. Zudem prüfte es den Lesestoff der Soldaten und Unteroffiziere auf politische Inhalte.[139] Dabei sollten nicht allein SPD-nahe Texte vom Heer ferngehalten werden. Vielmehr stand die Kontrolle im Zusammenhang der Selbstwahrnehmung des Heeres als ‚Schule der Nation'.[140] Für deutsche Soldaten existierten exakte Vorgaben darüber, was lesenswert war und was nicht. In speziellen Listen waren die für die Truppen bereitzuhaltenden Zeitungen aufgeführt. Die Zusammensetzung dieser Listen bestimmte der Kaiser. Im Mai 1906 beispielsweise ordnete Wilhelm II. an, dass die Bezirkskommandos fortan die ‚Krieger-Zeitung' *Parole* oder lokale Alternativen wie das *Badische Militärvereinsblatt* oder *Der Hessische Kamerad* halten mussten.[141]

Der zweite Weg betraf den Umgang mit unerwünschten Meldungen. Hier verlangte das Heer in aller Regel auf rechtlichem Wege Gegendarstellungen von den ungeliebten Medien. Adressaten solcher Korrekturen waren letztlich die Parla-

[137] Bösch, Geheimnisse, S. 38.

[138] Oliver Stein, ‚Ein ganzes Volk in Waffen ist nicht zu unterschätzen.' Das deutsche Militär und die Frage von Volksbewaffnung, Miliz und vormilitärischer Ausbildung, 1871–1914, in: Rüdiger Bergien und Ralf Pröve (Hrsg.), Spießer, Patrioten, Revolutionäre. Militärische Mobilisierung und gesellschaftliche Ordnung in der Neuzeit, Göttingen 2010, S. 71–94, hier S. 76.

[139] Johannes Hürter, Hitlers Heerführer. Die deutschen Oberbefehlshaber im Krieg gegen die Sowjetunion 1941/42, München ²2007, S. 66–69; Neugebauer, Wehr, S. 405 f.; ferner Alex Hall, The War of Words. Anti-Socialist Offensives and Counter-Propaganda in Wilhelmine Germany 1890–1914, in: JCH 11 (1976), S. 11–42, hier S. 27–29, auch zu einem Anti-SPD-Aufklärungskonzept. Der Versuch, Arbeiter aus dem Heer herauszuhalten, galt ab 1907 als gescheitert, Wilhelm Deist, Armee und Arbeiterschaft 1905–1918, in: ders., Militär, Staat und Gesellschaft. Studien zur preußisch-deutschen Militärgeschichte, München 1991, S. 83–102, S. 83–85; dass er dennoch bis 1912 für die Heeresspitzen relevant war zeigt Förster, Militarismus, S. 220–227. Zur Ablehnung der ‚Spindkontrollen' durch Ludendorff siehe Uhle-Wettler, Ludendorff, S. 32 f.

[140] Vgl. Fritz Endres, Der Militarismus, in: Hans Ferdinand Helmolt (Hrsg.), Das Buch vom Kriege, Berlin 1915, S. 290–296, hier S. 293 f. Zu einer entsprechenden Äußerung Moltkes vor dem Parlament 1872 siehe Manfred Messerschmidt, Die Wehrmacht im NS-Staat. Zeit der Indoktrination, Hamburg 1969, S. 202.

[141] Schreiben des preußischen Kriegsministers von Einem 270/4. 06 Z1, 30. 5. 1906, Hauptstaatsarchiv Stuttgart (HSAS), M 1/3 Bü 152, hier auch Haltelisten z. B. aus den Jahren 1906 und 1909.

mente, in denen gerade die SPD-Abgeordneten gern kritische Pressemeldungen über das Heer zum Anlass für eigene Kritik nahmen.[142] Um besser auf solche Kritiken vorbereitet zu sein, forderte das Stuttgarter Kriegsministerium im Januar 1910 die militärischen Stellen in Württemberg auf:

Im Hinblick darauf, daß es im allgemeinen militärischen Interesse liegt, unberechtigte Angriffe und Beschwerden in den Parlamenten alsbald und ohne vorherige Rückfragen zurückweisen zu können, wäre es dem Kriegsministerium sehr erwünscht, künftig über alle Auslassungen dieser Art in der Presse möglichst umgehend *Äußerungen zur Sache* zu erhalten, wie auch das Kriegsministerium nicht verfehlen wird, ihm bekannt gewordene Erörterungen in der Presse alsbald zur Kenntnis des Gen.Kdos [Generalkommandos, CG] zu bringen.[143]

Bei der Erwiderung ‚unberechtigter' Kritik griffen die Spitzen des deutschen Heeres auch auf militärfreundliche Medien zurück.[144] Als beispielsweise am 21. Januar 1904 in der *Sächsischen Arbeiter-Zeitung* eine Meldung über eine in der Jägerkaserne grassierende Krankheit erschienen war, teilte die Medizinalabteilung des Kriegsministeriums in Dresden der Redaktion des *Dresdner Journals* mit, dass das dort stationierte Bataillon tatsächlich bester Gesundheit sei. Nur ein Soldat sei aus dem Weihnachtsurlaub mit Verdacht auf Typhus zurückgekehrt, weswegen man ihn mit dem Krankenwagen habe abholen lassen. Vorsichtshalber habe man danach Desinfizierungsmaßnahmen ergriffen. „Der geehrten Redaktion des Dresdner Journals wird anheimgegeben von dieser Mitteilung gelegentlich geeigneten Gebrauch zu machen."[145]

Obwohl es also im britischen wie deutschen Heer individuelle Kontakte zu den Medien gab, war der Umfang der hier betriebenen Medienarbeit zunächst nicht mit demjenigen der Medienarbeit der Seestreitkräfte zu vergleichen. Zwar existierten im deutschen Heer – analog zu Seestreitkräften – systematischere Ansätze der Medienarbeit, doch schlussendlich erschöpften sich diese in Reaktionen auf mediale Angriffe. Die Heeresführung wollte das Ansehen des Heeres und den eigenen Kompetenzbereich abschirmen, vor allem vor den Parlamenten.[146] Auch die am Beispiel der Marine deutlich gewordenen unterschiedlichen Medienbilder finden sich bei den Landstreitkräften: Im britischen Heer gab es zahlreiche individuelle Partnerschaften mit Medienvertretern, während die deutsche Heeresspitze

[142] Deist, Offizierkorps, S. 46. Beachte auch, für die Dynamiken zwischen Parlamenten und Medien bei Skandalen, Bösch, Geheimnisse, S. 473 f.

[143] Kriegsministerium Stuttgart 3744/09 C., 13. 1. 1910, HSAS, M 1/3 Bü 739, Hervorhebung im Original.

[144] Vgl. XIII. A.K., GenKdo, Abt. III c Nr. 3260, 13. 5. 1909, HSAS, M 1/3 Bü 152; für Bayern N. 24200 des Kriegsministeriums, 9. 11. 1912, im Neudruck von 1915, das die Bestimmungen vom 28. 4. 1911 aufgreift und in Bezug auf die Berichtigung oder Strafverfolgung infolge von Artikeln in der Presse auf einen Erlass vom 30. 4. 1880 zurückgeht, Bayerisches Hauptstaatsarchiv München (BayHStA), MKr 11535; siehe auch Falkenhayns Ausführungen zum Etat 1914, auszugsweise wiedergegeben in Hans von Zwehl, Erich von Falkenhayn, General der Infanterie. Eine biographische Studie, Berlin 1926, S. 321–331.

[145] Schreiben der Medizinalabteilung des Kriegsministeriums Dresden, 28. 1. 1904, Sächsisches Hauptstaatsarchiv Dresden (HSAD), 11250/1.

[146] Ingenlath, Aufrüstung, S. 314–317; Murawski vermutet hier bereits Sorgen um den Haushalt. Zeigen lassen sich derartige Zusammenhänge für das Heer jedoch erst kurz vor dem Ersten Weltkrieg, siehe unten, Fußnote 167, sowie Murawski, Wehrmachtbericht, S. 7 f.

die Medien im Konflikt mit demokratischen Kräften vor allem als einen potentiellen Störenfried sah, der einerseits unerwünschte Ideen in das Militär tragen, andererseits die Parlamente auf Probleme aufmerksam machen konnte. Dies war nicht nur ein Ausdruck der schon bei den Seestreitkräften beobachteten unterschiedlichen Haltung gegenüber den Medien und ihren Vertretern; die Aktivitäten bargen auch die Möglichkeit weiterer Expansion, die dem britischen Heer mit seiner eher rudimentären Medienarbeit in Friedenszeiten fehlte.

Wandel in unterschiedlichen Geschwindigkeiten – Die Medienbeziehungen der Heere vor dem Ersten Weltkrieg

Sichtbar wird das angesprochene unterschiedliche Expansionspotential der Medienarbeit der Heere in den Jahren direkt vor dem Ersten Weltkrieg. Während es im britischen Heer kaum zu Änderungen kam, wirkten in Deutschland externe Impulse, das Vorbild der Marine und eine Zuspitzung der Konfrontation mit sozialdemokratischen und liberalen Teilen der Medien und Parlamentarier zusammen und führten zur Ausweitung und Institutionalisierung der Medienarbeit.

Am 7. Februar 1912 nahm der Verein Deutscher Zeitungsverleger (VDZ) Kontakt zum preußischen Kriegsministerium in Berlin auf. Er erklärte, dass seine Mitglieder sich gern stärker für die aus Sicht des Militärs notwendige Informationssicherheit engagieren wollten.[147] Angesichts dieses Kooperationsangebotes zeigte sich Kriegsminister General Josias von Heeringen[148] erfreut. Um einfache Missverständnisse in Zukunft vermeiden zu können, erklärte er, dass Redaktionen sich jederzeit telefonisch mit Fragen an das Ministerium wenden könnten.[149] Der Generalsekretär des VDZ, Dr. Bartsch, bat darum, dieses Entgegenkommen auf die Generalkommandos auszuweiten – die wichtigsten Ansprechpartner im Militär für lokale Zeitungen. Auch den anderen deutschen Kriegsministerien und dem Reichsmarineamt wollte Bartsch eine solche Kooperation vorschlagen.[150] Heeringen unterstützte dies: Das Reichsmarineamt und die verbündeten Kriegsministerien informierte er vorab, dass der VDZ sie kontaktieren wolle. Zudem erklärte er, dass es den Generalkommandos erlaubt sei, Anfragen der Medien zu beantworten.[151] Nach dieser eher passiven Verbesserung der Medienbeziehungen erfolgte eine größere Veränderung ab Juli 1913 unter Heeringens Nachfolger, Generalleutnant Erich von Falkenhayn.[152] Vor seinem Amtsantritt hatte auch er keine besonderen Medienbeziehungen gepflegt, sieht man von einer Bekanntschaft

[147] Kriegsminister von Heeringen an VDZ, 17. 4. 1912, HSAS, M 1/3 Bü 152; für eine Analyse der Debatte um die Informationssicherheit siehe unten, Kapitel 3.1.
[148] Der Bruder des Leiters des Marine-Nachrichtenbüros, siehe Hubatsch, Admiralstab, S. 146.
[149] Kriegsministerium Berlin 926/12.G.K.M., 17. 4. 1912, HSAS, M 1/3 Bü 152.
[150] VDZ an Heeringen, 22. 5. 1912, HSAS, M 1/3 Bü 152.
[151] Heeringen an VDZ, 22. 6. 1912, HSAS, M 1/3 Bü 152.
[152] Friedrich Freiherr Hiller von Gaertringen, Falkenhayn, Erich Georg Anton Sebastian von, in: Neue Deutsche Biographie 5 (1961), S. 11–15, online unter http://www.deutsche-biographie.de/pnd118531875.html (zuletzt geprüft am 11. 9. 2012).

mit dem China-Korrespondenten des *Berliner Lokal-Anzeigers* ab.[153] Als Kriegsminister setzte sich Falkenhayn gleichwohl dafür ein, dem Ministerium eine eigene Presseabteilung zu verschaffen, wie sie das Reichsmarineamt hatte.

Dies schien ihm notwendig, weil ein erheblich gesteigertes Interesse der Medien am Heer den bisher für die Informationsausgabe zuständigen Chef der Ministerialabteilung überlastete.[154] Dieses Interesse hatte mehrere Gründe: die Balkankrise, Deutschlands außerplanmäßige Heeresvermehrungen von 1911 und 1912 und die Aufrüstung Frankreichs und Russlands.[155] Zudem war das Heer von sich aus mit den Medien befasst: Ab März 1912 wurden die bestehenden Regeln für Kriegsberichterstatter überarbeitet,[156] und im Dezember kamen der Kaiser, sein Generalstabschef General Helmuth von Moltke[157] und Tirpitz überein, die Bevölkerung über die Medien auf einen möglichen Krieg gegen Russland vorzubereiten.[158] Eine entsprechende Kampagne blieb aber aus.[159] Moltke interessierte sich zu diesem Zeitpunkt wenig für die Presse, auch wenn er sie als Spiegel der öffentlichen Meinung zur Kenntnis nahm[160] und meinte, dass ein großer Krieg ohne die Unterstützung der Bevölkerung nicht führbar wäre.[161] Zudem registrierte er seine eigene Darstellung in den Medien: Nach Manövern im Herbst 1912 teilte er seiner Frau geradezu amüsiert mit, er habe „eine ‚gute Presse' gehabt. Die Zeitungen haben es sich offenbar jetzt abgewöhnt, mich als Trottel zu bezeichnen!"[162] Die Notwendigkeit eigener Medienstrategien der Einflussnahme, also einer intensiveren Auseinandersetzung mit den wenig geliebten Medien leitete er daraus jedoch nicht ab.

153 HOLGER AFFLERBACH, Falkenhayn. Politisches Denken und Handeln im Kaiserreich, München ²1996, S. 96.
154 ALTENHÖNER, Kommunikation, S. 32; DEIST, Flottenpolitik, S. 322.
155 BECKER und KRUMEICH, Krieg, S. 47–49; WIEGAND SCHMIDT-RICHBERG, Die Regierungszeit Wilhelms II., in: Hans Meier-Welcker (Hrsg.), Von der Entlassung Bismarcks bis zum Ende des Ersten Weltkriegs 1890–1918 (Handbuch zur deutschen Militärgeschichte, Bd. 5), Frankfurt am Main 1968, S. 9–155, hier S. 37 f., 120. Siehe ferner unten, Kapitel 5.1.1, zur Marokkokrise.
156 GEMPP, Nachrichtendienst, Bd. 2, Anlage 13, Bl. 112–115.
157 HEINRICH WALLE, Moltke, Helmuth Graf von, in: Neue Deutsche Biographie 18 (1997), S. 17 f., online unter http://www.deutsche-biographie.de/pnd118854801.html (zuletzt geprüft am 11. 9. 2012).
158 KUNCZIK, Öffentlichkeitsarbeit, S. 137, unter Verweis auf KLAUS WERNECKE, Der Wille zur Weltgeltung. Außenpolitik und Öffentlichkeit im Kaiserreich am Vorabend des Ersten Weltkrieges, Düsseldorf 1970, S. 182 f., wo auch darauf folgende antirussische Kommentare in ‚der Presse' angeführt werden. Dass hier eine gezielte Kriegsplanung in Deutschland eingeleitet worden sei, gilt in der Forschung inzwischen als falsch, siehe BECKER und KRUMEICH, Krieg, S. 69; ferner MOMMSEN, Selbstzensur, S. 30 f.
159 MAX HASTINGS, Catastrophe. Europe Goes to War 1914, London 2013, S. 31.
160 Siehe besonders Moltke an seine Frau, 27. 6. 1888, wo er zwischen öffentlicher und veröffentlichter Meinung unterscheidet, wiedergegeben in HELMUTH VON MOLTKE, Erinnerungen, Briefe, Dokumente 1877–1916, hrsg. v. Eliza von Moltke, Stuttgart 1922, 145–147.
161 ANNIKA MOMBAUER, Helmuth von Moltke and the Origins of the First World War, Cambridge 2001, S. 117 f.
162 Moltke an seine Frau, 21. 9. 1912, wiedergegeben in MOLTKE, Erinnerungen, S. 370 f.; zur Pressereaktion auf die Manöver von 1909 siehe Moltke an seine Frau, 19. 9. 1909, ebd., S. 352 f.

Falkenhayn als Minister dagegen konnte die Presse nicht so einfach abtun – namentlich dann nicht, wenn Berichte zu Problemen mit dem Parlament führen konnten. Er tauschte sich daher im Juli 1913 mit einem ehemaligen Marineoffizier aus, der inzwischen bei der *Täglichen Rundschau* arbeitete. Dieser riet ihm, eine dem Nachrichtenbüro vergleichbare Institution zu schaffen.[163] Einen Monat später, am 14. August, wurde Moltke informiert, dass das Kriegsministerium eine Pressestelle einrichten und zu einer Abteilung ausbauen wollte, die auch in engem Kontakt mit dem Generalstab stehen solle.[164] Der Ausbau wurde zwar trotz einer Petition der deutschen Presse im Herbst 1913 und noch einmal im Frühjahr 1914 vom Reichstag abgelehnt, ein kleines Pressereferat aber noch im September 1913 eingerichtet.[165] Es unterstand dem Pressereferenten Major Erhard Deutelmoser, der laut Nicolai als einziger Offizier mit der Presse vertraut und im Umgang mit ihr geschult war und sich auch zuvor für ein solches Referat ausgesprochen hatte.[166] Die Ziele des Referats waren trotz seiner begrenzten Größe an denen des Marine-Nachrichtenbüros orientiert: Es sollte Haushaltsforderungen unterstützen und Militärpolitik betreiben, im Zweifel auch gegen das Parlament.[167] Diesen Part verschwieg der Minister wohlweislich, als er im November 1913 erstmals vor dem Reichstag über die Medien sprach:[168] „Man mag ihre Bedeutung so hoch einschätzen, wie man will – und niemand kann sie höher schätzen, als ich persönlich, wofür ich noch Beweis zu liefern hoffe […].“[169] Nebulös begründete er die Notwendigkeit der Medienarbeit mit Allgemeinplätzen: „Den Interessen des Reichs wird sicherlich am besten und um so besser gedient sein, je mehr, je enger, je vertrauensvoller in Zukunft die Organe der Heeresverwaltung und die Organe der öffentlichen Meinung zusammenarbeiten.“[170] Hinter diesen Formulierungen

[163] Deist, Flottenpolitik, S. 322.

[164] Gempp, Nachrichtendienst, Bd. 2, Anlage 13, Bl. 112–115.

[165] Creutz, Pressepolitik, S. 103, gestützt auf biographische Notiz Deutelmosers, Bundesarchiv Berlin (BA), Zwischenarchiv Potsdam, KGFA W-10/50 300; Murawski, Wehrmachtbericht, S. 17; Uziel, Propaganda, S. 29 f.; Vogel, Organisation, S. 27; Zwehl, Falkenhayn, S. 43; in der neueren Forschung wird häufig nur noch auf eine Ablehnung verwiesen. Zur Petition siehe Notiz Deutelmosers, 1. 8. 1919, Kriegserinnerungen I, 1919, Institut für Zeitungsforschung, Dortmund, Filmnummer 3054, Mikrofilm F 13373 – Deutelmoser (Nachlass Deutelmoser), S. 83; Koszyk, Kenner Deutelmosers, verortet die Gründung bereits im Februar 1912, zeigt jedoch nur dessen Argumente für den Aufbau einer solchen Stelle, Kurt Koszyk, Erhard Deutelmoser – Offizier und Pressechef (1873–1956), in: Publizistik 30 (1985), S. 509–534, hier S. 509, 513 f.

[166] Nicolai, Nachrichtendienst, S. 51; siehe auch: Koszyk, Deutelmoser; Koszyk, Pressepolitik, S. 25; Creutz, Pressepolitik, S. 102 f.

[167] Zwehl, Falkenhayn, S. 43; siehe auch Mombauer, Moltke, S. 151; Uziel, Blick, S. 303 f.

[168] Im Frühjahr 1914 beteuerte er gar, dass ihm eine „parteipolitische“ Einflussnahme auf die Presse fern liege, siehe auszugsweisen Abdruck seiner Rede in Zwehl, Falkenhayn, S. 321–331, hier S. 327.

[169] Falkenhayn in der ersten Beratung des Gesetzes gegen den Verrat militärischer Geheimnisse, siehe Protokolle des deutschen Reichstags, 1912/14, 9, 175. Sitzung, 26. 11. 1913, S. 5976, online unter http://www.reichstagsprotokolle.de/Blatt_k13_bsb00003387_00042.html (zuletzt geprüft am 13. 9. 2013) (Reichstagsprotokolle 5976).

[170] Falkenhayn in der ersten Beratung des Gesetzes gegen den Verrat militärischer Geheimnisse am 26. 11. 1913, siehe Reichstagsprotokolle 5976.

verbarg sich mehr als das wachsende Medieninteresse am Heer und dessen Wunsch, Einfluss im Sinne des Kaisers auf die Medien ausüben zu können. Vielmehr waren mit den ‚Interessen des Reiches' gerade die Interessen des Heeres gemeint, die Falkenhayn mithilfe der eigenen Medienarbeit künftig aktiv zu schützen gedachte. Denn der bereits angesprochene Dauerkonflikt mit der SPD und den Parlamenten spitzte sich Ende 1913 zu und stärkte Falkenhayns Wunsch, mit einer intensivierten Medienarbeit das Ansehen des Heeres zu wahren:[171]

In der elsässischen Kleinstadt Zabern hatte die lokale Presse Ende 1913 über den Leutnant Günter Freiherr von Forstner berichtet, der dortige Rekruten und Zivilisten als „Wackes" bezeichnet hatte. Dieser abfällige Ausdruck für Elsässer, laut Dienstvorschrift verboten, sorgte in der Bevölkerung Zaberns für Unruhen. Obwohl der elsass-lothringische Statthalter General Karl von Wedel vorgeschlagen hatte, Forstner zu versetzen, um die Lage zu entspannen, stellte ihn sein Kommandeur nur für einige Tage unter Hausarrest und gab ihm danach eine Eskorte, wenn er in die Öffentlichkeit ging. Die Lage eskalierte, als Forstner bei einem Zusammenstoß mit Demonstranten einen Unbeteiligten mit seinem Säbel am Kopf verletzte. Das Militär verhaftete nun widerrechtlich Zivilisten und durchsuchte die Redaktion des *Zaberner Anzeigers*, um herauszufinden, wer die Informationen über Forstners Verhalten an die Presse getragen hatte. Daraufhin hinterfragte das Blatt wiederum das Vorgehen des Militärs, das nun auch von Vertretern der lokalen Zivilbehörden als Kompetenzüberschreitung kritisiert wurde. Die Krise wurde zum reichsweiten Thema. Die Militärvertreter sahen sich im Recht oder, wie Wolfgang Mommsen urteilt, „jenseits von Recht und Gesetz"[172] und erhielten den ungeteilten Beistand des Kaisers. Der wies Falkenhayn an, die Armee im Reichstag zu verteidigen. Dessen Versuche, die Wogen durch ein vertrauliches Gespräch mit dem Redakteur der *National-Zeitung* zu glätten, waren damit vergebens.[173] Die Abgeordneten waren empört, dass die Angelegenheit zur Frage der ‚kaiserlichen Kommandogewalt' erklärt werden sollte, und sprachen dem Reichskanzler ein – verfassungsrechtlich unbedeutendes – Missbilligungsvotum aus. Die Lage entspannte sich erst, nachdem das betreffende Regiment zeitweise verlegt worden war. Die verantwortlichen Militärangehörigen jedoch wurden von der Militärjustiz freigesprochen und die Bedingungen für Rekruten aus dem Elsass innerhalb der Armee verschärft; sie mussten fortan den Wehrdienst in anderen Landesteilen ableisten. Die Broschüre „Wackes und Leutnant", die nach den Vorfällen in Zabern erschien und zu Spenden für die nun im Reich verteilten Rekruten aus dem Elsass aufrief, wurde im Februar 1914 von Offizieren eines Re-

[171] Vgl. zum Folgenden David Schoenbaum, Zabern 1913. Consensus Politics in Imperial Germany, London 1982, S. 98–167; sowie Afflerbach, Falkenhayn, S. 115–125; Zwehl, Falkenhayn, S. 44–48.

[172] Wolfgang J. Mommsen, War der Kaiser an allem schuld? Wilhelm II. und die preußisch-deutschen Machteliten, München ^{2}2003, S. 204; vgl. Wilhelm Groener, Lebenserinnerungen. Jugend, Generalstab, Weltkrieg, hrsg. v. Friedrich Frhr. Hiller von Gaertringen, Göttingen 1957, S. 140.

[173] Zum Interview Schoenbaum, Zabern, S. 129 f.

giments des II. Bayerischen Armee-Korps entdeckt und verboten.[174] In Mommsens Worten „triumphierte die Armee erneut über die Zivilbehörden."[175]

Für die Medienarbeit Falkenhayns war die Zabern-Affäre richtungsweisend. Angesichts des belasteten Verhältnisses zwischen Parlament und Militärführung schilderte er den Generalkommandos im Januar 1914 die Aufgaben des Pressereferates: Es sollte Informationen sammeln, aber auch ausgeben, und sich für die Informationssicherheit einsetzen.[176] Die darüber hinausgehenden, besonders relevanten Aufgaben deutete der Minister nur an: Es sei, so schrieb er, bereits gelungen, Verbindungen zu „größeren Zeitungen" herzustellen,

> die nach ihrem weiteren Ausbau wesentlich zur Hebung des beiderseitigen Verständnisses beitragen werden. Die guten Beziehungen zur Presse erheischen nicht nur aus politischen Gründen sorgsame Pflege. Sie werden auch insofern gute Früchte tragen, als die dauernde Speisung bedeutenderer Zeitungen mit Nachrichten und die bereitwillige Erteilung von Auskunft dem Interesse und dem Verständnis der breiten Masse des Volkes für die Armee zugute kommen werden.[177]

Die Beziehung zu den Medien und das Ansehen des Heeres sollten verbessert werden. Das Heer sollte Nachrichten ausgeben und so die Berichterstattung über sich selbst prägen; Falkenhayn wollte die vorherige, immer nur reagierende Medienarbeit in eine aktive verwandeln. Gemeinsam mit dem Generalstab forderte er daher, bei allen Generalkommandos hierfür Pressestellen einzurichten – auch, um im Kriegsfall auf medienerfahrene Offiziere für die Zensur zurückgreifen zu können.[178] Vor allem aber wollte der Minister künftig Krisen wie Zabern entschärfen können, als er dazu aufrief, die Presse zuvorkommend zu behandeln und Anfragen rasch zu beantworten.

> Nur auf diese Weise ist es möglich, die Presse zur grundsätzlichen Benutzung dieser amtlichen Stellen zu erziehen und dem Übelstande vorzubeugen, daß die ersten Berichte über besondere Vorfälle in entstellter Form an die Öffentlichkeit gelangen. Denn wenn erschöpfende amtliche Auskunft nicht alsbald zu erlangen ist, suchen sich die im scharfen Wettbewerb um die Schnelligkeit der Berichterstattung stehenden Zeitungen erfahrungsgemäß andere Nachrichtenquellen zu erschließen. Über deren Zuverlässigkeit stellen sie dann in der Eile oft keine allzu genauen Erwägungen an. Die nachteiligen Folgen, die das für die Armee hat, sind später durch keine Aufklärung mehr gutzumachen.[179]

Kurz nach der Zabern-Affäre war unübersehbar, dass Falkenhayn die Presse im Sinne der Armee beeinflussen wollte. Er nahm offensichtlich an, dass die Medien in der Lage wären, das Ansehen des Heeres aktiv hoch zu halten und dass sie durch eine verringerte Anzahl von Skandalberichten helfen könnten, Konflikte mit den Parlamenten zu vermeiden. Es ging also auch darum, das Heer vor Einmischungen von außen abzuschirmen.[180] Die Umsetzung der Vorschläge Falkenhayns blieb

[174] Siehe z. B. des Generalkommandos II. A.K, 25. 2. 1914, BayHStA, MKr 11538.
[175] Mommsen, Kaiser, S. 203–208, Zitat S. 207; Neugebauer, Wehr. S. 406 f.
[176] Schreiben aus dem Kriegsministerium Berlin 162/1.14. Z 1, 29. 1. 1914, Generallandesarchiv Karlsruhe (GLAK), 456 F 5/318.
[177] Ebd.
[178] Ebd.; Gempp, Nachrichtendienst, Bd. 2, Anlage 13, Bl. 115.
[179] Schreiben aus dem Kriegsministerium Berlin 162/1.14. Z 1, 29. 1. 1914, GLAK, 456 F 5/318.
[180] Deist, Armee, S. 85–89; zum Gesinnungswandel des Heeres im Verhältnis zur SPD vor dem Krieg siehe Deist (Hrsg.), Innenpolitik 1, S. xxxviii; zum Bemühen, das Heer vor externer

zwar, der Verfassung des deutschen Heeres entsprechend, den lokalen Stellen überlassen.[181] Dennoch stellte bereits das Pressereferat eine wesentliche Neuerung in den Medienbeziehungen des Heeres dar; eine Neuerung, die am Beispiel der Marine orientiert war. Die dortige Institutionalisierung der Medienarbeit war somit auch für ihre weitere Ausbreitung im Militär entscheidend. Sie machte sie letztlich von besonderen Initiativen der Streitkräftespitzen unabhängig; dies wurde im weiteren Verlauf der Untersuchungszeit noch mehrmals wichtig. Sichtbar wurde die Vorbildwirkung der Marine-Medienarbeit in diesem Fall auch daran, dass sich Deutelmoser um Ratschläge aus dem Nachrichtenbüro des Reichsmarineamts bemühte, das aber eher zugeknöpft reagierte, da es im Pressereferat einen Konkurrenten um die öffentliche Meinung sah.[182]

Vor Kriegsbeginn gelang es Falkenhayn nicht mehr, seine umfassenden Pläne umzusetzen:[183] Die Generalkommandos beantworteten seinen Aufruf überwiegend negativ.[184] Die Kommandierenden Generale wie etwa Ernst von Hoiningen aus Karlsruhe meinten, Ratschläge aus Berlin nicht nötig zu haben. In Karlsruhe habe man

auch bisher die Vertreter der Presse – soweit dies angebracht erschien – stets entgegenkommend behandelt und schon seit Jahren die Praxis befolgt, dass die Zeitungen besserer Richtung von den Garnisonskommandos oder vom Generalkommando Nachrichten erhalten, die von allgemeinem Interesse sind, und bei denen eine Zurückhaltung aus militärischen Gründen nicht erforderlich ist.[185]

Sein Schreiben zeigte zugleich unverhohlen seine Abneigung gegen die Medien:

In dem zum Bereich des XIV. Armeekorps gehörenden Teile des Elsass ist die Presse durchweg recht schlecht und meist antimilitärisch gesinnt. Mitteilungen an diese Presse zu machen, erscheint ausgeschlossen, ein Verkehr mit ihr nur auf Grund des § 11 des Pressegesetzes [dieser verpflichtete die Presse, Richtigstellungen an Artikeln zu veröffentlichen, wenn die Behörden dies wünschten, CG] oder durch den Staatsanwalt angezeigt. In dem Grossherzogtum Baden erscheint keine einzige Zeitung von irgendwelcher grösseren Bedeutung. Der Inhalt sämtlicher badischen Zeitungen dreht sich, abgesehen von den Berichten über Reichs- und Landtagsverhandlungen und innerpolitischen Zänke im Grossen und Ganzen nur um Kirchturmsinteressen. Zur Richtigstellung von unzutreffenden Nachrichten von Bedeutung sieht sich das Generalkommando auch in Baden häufig gezwungen von dem § 11 des Pressegesetzes Gebrauch zu machen.[186]

Eine Politik der Offenheit und des Werbens, um die Medien und ihre Konsumenten für das Militär zu gewinnen, kam in der Vorstellung des Generals nicht vor. Er erklärte sich lediglich bereit, wichtige Vorkommnisse telefonisch nach Berlin zu

Kontrolle abzuschirmen, Wilhelm Deist, Kaiser Wilhelm II. als Oberster Kriegsherr, in: ders., Militär, Staat und Gesellschaft. Studien zur preußisch-deutschen Militärgeschichte, München 1991, S. 1–18, hier S. 6–8.

[181] Schreiben aus dem Kriegsministerium Berlin 162/1.14. Z 1, 29. 1. 1914, GLAK, 456 F 5/318.

[182] Siehe z. B. Schreiben des Hauptmanns von Rohrscheidt aus dem Presse-Referat an das Nachrichtenbüro, 14. 2. 1914, BAMA, RM 3/9798, Bl. 7; zur Skepsis im Nachrichtenbüro siehe Deist, Flottenpolitik, S. 322–324.

[183] Gempp, Nachrichtendienst, Bd. 2, Anlage 13, Bl. 115.

[184] Murawski, Wehrmachtbericht, S. 17; siehe auch Uziel, Blick, S. 303 f.

[185] Kommandierender General Frhr. v. Hoiningen aus Karlsruhe an das Kriegsministerium, 26. 2. 1914, GLAK, 456 F 5/318.

[186] Ebd.

melden – solange Falkenhayn die Kosten dafür trug.[187] Anders als die Generalkommandos gingen die übrigen deutschen Kriegsministerien, die sich im Zweifelsfalle gerade im Hinblick auf die Haushaltsentscheidungen vor den Parlamenten erklären mussten, gemeinsam mit Falkenhayn langsam auf die Medien zu.[188] Der württembergische Kriegsminister General Otto von Marchtaler folgte dem Beispiel Berlins bereits am 23. August 1913 und wies die Abteilungen seines Ministeriums an, „die Presse mehr als bisher durch Überweisung von Nachrichten militärischen Inhalts zu unterstützen und so das öffentliche Interesse an militärischen Dingen zu wecken und zu fördern."[189] Zumindest Teile der Heeresspitze, namentlich die Offiziere mit politischen Aufgaben, waren davon überzeugt, dass Medienarbeit dem Heer helfen könnte – nicht zuletzt um sein Ansehen auch in den Augen der Parlamente zu schützen.

In Großbritannien gab es weder eine vergleichbare Krise[190] noch konnte hier eine Teilstreitkraft als Vorbild amtlicher Medienarbeit für die andere fungieren. Lediglich hinsichtlich der Rekrutierung weitete das Heer die Medienarbeit aus – allerdings blieb ihr Umfang gering, der sekundären Rolle entsprechend, die das Heer im Frieden in Großbritannien spielte. Das War Office kooperierte 1909 und 1913 mit Filmemachern, um Rekruten für den Beruf des Soldaten zu gewinnen.[191] Auch mithilfe der Presse sollten sie gefunden werden. So versorgte der spätere Feldmarschall Sir Henry Wilson, seit November 1910 Director of Military Operations, ab 1912 vermehrt Journalisten mit Argumenten für die *conscription.*[192] Darüber hinaus schaltete das Heer ab 1913 für die Rekrutierung nicht mehr allein Annoncen in Zeitungen, sondern beauftragte eine Werbeagentur mit einer professionellen Rekrutierungskampagne: Der ehemalige Husar Hedley Le Bas hatte die Caxton Advertising Agency 1899 gegründet und erstellte nun Anzeigen und Rekrutierungsposter.[193] So unscheinbar diese Veränderungen im Vergleich zu den Veränderungen in der Medienarbeit des deutschen Heeres auch wirken mögen, sie waren ein Schritt auf ‚amtliche' Medienstrategien zu, die zuvor in Großbritannien im Hintergrund gestanden hatten – auch wenn die praktische Arbeit externen Spezialisten überlassen wurde.

Im Hinblick auf die Medienarbeit der Heere vor dem Ersten Weltkrieg lässt sich also in beiden Ländern eine Expansion beobachten, die in unterschiedlichem Umfang und ebenso unterschiedlichen Geschwindigkeiten ablief – und langsamer als bei den Seestreitkräften. Dennoch fand sie statt und ist gerade im deutschen

[187] Ebd. Zur Perspektive ‚von oben herab' auf die Medien siehe auch oben, Fußnote 96.

[188] Die Medien ihrerseits sahen sich dennoch durch alle anderen Regierungsstellen besser behandelt, siehe Altenhöner, Kommunikation, S. 33.

[189] Marchtaler an Abteilungen, 1074/13 Z, 23. 8. 1913, HSAS, M 1/3 Bü 152.

[190] Den Curragh-Incident klärten politische und militärische Spitze direkt, siehe unten, Kapitel 5.

[191] Mackenzie, Films, S. 3.

[192] Jeffery, Wilson, S. 84–87, 107–110; zu vereinzelten vorherigen Ansätzen siehe Gary S. Messinger, British Propaganda and the State in the First World War, Manchester 1992, S. 102.

[193] Trevor Royle, Horatio Herbert Kitchener. The Kitchener Enigma, London 1985, S. 265; Haste, Propaganda, S. 51; Aulich und Hewitt, Seduction, S. 34.

Fall klar als Krisenreaktionsstrategie zu identifizieren. Medienarbeit für Ansehen und Ressourcen begann vor dem Ersten Weltkrieg, innerhalb beider Streitkräfte zur Routine zu werden. Sie ging einher mit einer Ausweitung der Medienlandschaften und der Präsenz der Medien wie auch medienbasierter Werbung im öffentlichen Leben und politischen Alltag beider Länder. Bevor ich im vierten Kapitel auf die Geschichte der Medienstrategien zur Einflussnahme zurückkomme, folgt zunächst ein Exkurs zur Medienarbeit für die Informationssicherheit.

3. Medienarbeit für die Verschwiegenheit – Ein Exkurs zur Informationssicherheit

Insbesondere in Kriegen sind Erkenntnisse über den Gegner, seine Stärke und Bewegungen, für das Militär äußerst wertvoll. Historische Beispiele wie die Niederlage französischer Truppen unter General Patrice de Mac-Mahon im Deutsch-Französischen Krieg 1870/71, die auf durch Zeitungen verbreitete Informationen zurückgeführt wurde, galten den Generalstäben des britischen wie deutschen Heeres um 1900 als Beleg dafür, dass die Massenmedien die Sicherheit eben dieser Informationen zunehmend bedrohten.[1] Neben Angaben über laufende Operationen bewerteten beide Seiten Nachrichten über Vorratsankäufe oder andere logistische Fragen als entscheidend – auch und gerade in Spannungszeiten, wenn Krieg und Frieden in der Schwebe waren.[2] Verschwiegenheit war eine verbreitete Antwort auf diese altbekannte Herausforderung.[3] Um die Jahrhundertwende sahen die Streitkräfte jedoch ein besonderes Problem heraufziehen, nämlich die „multiplication and acceleration of the means of communication and the feverish competition of modern journalism to obtain news".[4] Eines war aus der Sicht der Streitkräftespitzen gewiß: „Jede unvorsichtige Veröffentlichung wird auf tausend Wegen mit Blitzes Eile dem Feinde zugehen."[5] Die Informationssicherheit schien mithilfe der etablierten Geheimhaltung nicht mehr zu gewährleisten. Sie war infolge der Kommunikationsverdichtung, also der ausgeweiteten und beschleunigten Berichterstattung, die mit der Ausweitung der Medienlandschaften einherging, in eine Krise geraten und wurde von den Streitkräftespitzen zunehmend als Bedrohung wahrgenommen.[6] Dieser Aspekt des Medienwandels markiert den Ausgangspunkt der in diesem Kapitel vorgestellten Überlegungen zu den Medienstrategien der Informationssicherheit.

1 Siehe CID, Miscellaneous Papers, 39-B, Control of Press in Time of War or Threat of War, Memo by the General Staff (War Office), 12. 10. 1904, TNA, Cab 4/1 (CID, Control), S. 2, Analyse der Zeitungsauswertung Major Krauses im deutschen Generalstab; Merkblatt für die Presse, BAMA, RM 3/10371, Bl. 197 f.

2 Merkblatt für die Presse, BAMA, RM 3/10371, Bl. 197 f.

3 Siehe für Großbritannien Hiley, Control, S. 520, für Deutschland beispielsweise Allerhöchste Ordre des Württembergischen Königs Wilhelms II., 23. 1. 1897, HSAS, M 1/3 Bü 739.

4 Control of Press in Time of War, Memorandum des Adjutant General Evelyn Wood für den Commander-in-Chief of the Forces, 3. 3. 1899, TNA, WO 32/6381 (Wood, Control), S. 1.

5 Merkblatt für die Presse, BAMA, RM 3/10371, Bl. 197 f.; zur Einordnung der technologischen Veränderungen im Medienbereich siehe auch Ute Daniel und Axel Schildt, Einleitung, in: dies. (Hrsg.), Massenmedien im Europa des 20. Jahrhunderts, Köln 2010, S. 9–32, vor allem S. 11 f.; ferner Wolfgang König, Information, Kommunikation, Unterhaltung. Die technische Entwicklung der Massenmedien, in: Ute Daniel und Axel Schildt (Hrsg.), Massenmedien im Europa des 20. Jahrhunderts, Köln 2010, S. 59–83, *passim*.

6 Zum Begriff siehe Kohlrausch, Medien, S. 308 f. Ferner Bösch, Geheimnisse, S. 35.

3.1 Eine Medienstrategie in der Krise – Informationssicherheit an der Jahrhundertwende

Die Krise der Informationssicherheit war zu Jahrhundertbeginn präsent, aber durchaus nicht die größte Sorge der Streitkräfte. Zwar wurde sie regelmäßig durch diplomatische Spannungen und ferne Konflikte auf die Agenda des Militärs gesetzt, teils aber auch wieder verdrängt. In den drei folgenden Abschnitten analysiere ich den schwierigen und alles andere als planvollen Weg von der schrittweisen Problemwahrnehmung über Fehlversuche und Halblösungen hin zur unterschiedlich ausgeprägten Kooperation mit den Medien.

Informationssicherheit als Problem im transnationalen Raum

Das zweithöchste soldatische Mitglied des britischen Army Council, der für Personalfragen zuständige Adjutant-General, General Sir Evelyn Wood, nahm die Fashoda-Krise Ende des 19. Jahrhunderts zum Anlass, Medienstrategien der Informationssicherheit auf die Tagesordnung im War Office zu setzen. Seiner Ansicht nach hatte die Presse während des Säbelrasselns zwischen Frankreich und Großbritannien zu detailliert über Befestigungen und Bewegungen berichtet.[7] Während der akuten diplomatischen Krise hatte es der Secretary of State for War, Lord Lansdowne, abgelehnt, sich mit dieser Frage zu befassen. Auch danach blieb er skeptisch. Dennoch stellte Wood am 3. März 1899 seine entsprechenden Gedanken dem Commander-in-Chief of the Forces vor, Feldmarschall Garnet Wolseley. In seinem Memorandum „Control of Press in Time of War“ stand die von ihm als Akteur mit eigenen Rechten respektierte heimische Presse im Vordergrund – im Krieg und in Spannungszeiten:

> We are all proud of the freedom of the Press and recognise that the maintenance of that freedom is essential to our national vitality; yet without in the least diminishing or impairing the right of the Press to criticise without constraint Government administration, some control over the publication to the world of military and naval intelligence in time of war *or expected war* must be accepted as essential to national safety.[8]

Vorbildlich schien ihm der deutsche Weg zur Informationssicherheit. Hier war der Kanzler autorisiert, „by an Imperial Law passed on the 7th of May 1874 […] in time of war, or threat of war, to forbid the publication of news as to the movement of troops or measures of defence.“[9] Diesen Ansatz wollte er adaptieren, um

[7] Aufmerksam gemacht worden war er hierauf durch den DMI, siehe PALMER, D-Notice, S. 227 f.

[8] WOOD, Control, S. 1, Hervorhebung durch mich. Zu Woods Medienbild siehe auch ANDREAS STEINSIECK, Old Boys-Netzwerke und formale Zensur. Die Ausweitung der Kriegsberichterstattung im Südafrikanischen Krieg (1899–1902) und die Folgen für das Verhältnis von Berichterstattern und Militärs, in: Barbara Korte und Horst Tonn (Hrsg.), Kriegskorrespondenten. Deutungsinstanzen in der Mediengesellschaft, Wiesbaden 2007, S. 215–236, hier S. 219 f.

[9] WOOD, Control, S. 2. Gemeint ist § 15, *Gesetz über die Presse*, 7. 5. 1874, Reichsgesetzblatt 1874, 16, S. 65. Zu den Kontrollmöglichkeiten des vordergründig liberalen Gesetzes siehe DANIEL, Politik, S. 49–51.

auch in Großbritannien die Informationssicherheit zu gewährleisten, ohne die Medien in ihrer akzeptierten Rolle als kritische Beobachter einzuschränken. Bei Bedarf sollten alle Nachrichten, nicht jedoch Meinungsäußerungen, über militärische Vorgänge verboten werden, sofern sie nicht offiziell von War Office oder Admiralty ausgegeben worden waren. Dies schien Wood besser als eine Zensur, für die überall in Großbritannien Personal hätte eingesetzt und koordiniert werden müssen. Zudem hatten der damalige Redakteur der *Times*, Moberly Bell, und Douglas Straight von der *Pall Mall Gazette*, beide mit Wood befreundet, von einer Zensur abgeraten.[10] Wood lehnte damit das System ab, das in Deutschland unter dem Gesetz des Belagerungszustandes von 1851 im Ersten Weltkrieg angewendet werden sollte: eine flächendeckende, kaum koordinierbare Zensur lokaler militärischer Kommandeure.[11] Er und der Director of Military Intelligence (DMI), Generalmajor John Charles Ardagh, strebten nach Rückfragen bei ihren Pressekontakten vielmehr ein Idealbild an, das sie von den deutschen Zuständen auf Basis des Gesetzes von 1874 hatten. Wood bat Lansdowne, sich im Parlament für ein entsprechendes Gesetz einzusetzen, um gegebenenfalls – in „time of war or emergency" – militärische Nachrichten verbieten zu können. Ein Komitee sollte vorab Parlament und Öffentlichkeit mit dem Thema vertraut machen.[12] Ardagh entwarf am 20. April 1899 ein entsprechendes Gesetz. Lansdowne jedoch meinte, man könne der Presse vertrauen. Er vertagte das Thema; der Gesetzentwurf sollte für den Bedarfsfall aufbewahrt werden.[13]

Wood sah diesen Bedarf, als sich die politische Lage in Südafrika Ende September 1899 zuspitzte. Wolseley stimmte zu, aber der Parliamentary Under-Secretary of State im War Office, George Wyndham, widersprach: Die Presse würde kooperieren, wenn man sie in einer „friendly but formal conference" auf die Punkte hinwies, die Ardagh für gefährlich hielt – der Umstand, dass Medienvertreter in Großbritannien zur gesellschaftlichen Elite zählten, spiegelt sich hier wider. Auch Lansdowne wollte keine Gesetzesdebatte; er setzte auf eine lokale Lösung in Südafrika.[14] Von der politischen Spitze ausgebremst, ließen auch die Streitkräftevertreter das Thema ruhen, zumal der Südafrikanische Krieg begann und theoretische Erwägungen verdrängte. Der praktische Umgang mit den Kriegsberichterstattern vor Ort stand nun im Vordergrund.[15] Nach dem Krieg schien die Bedrohung der Informationssicherheit vergessen. Der Generalstab urteilte später: „The arrangements [für Kriegsberichterstatter, CG] will necessarily vary with each campaign. In South Africa [...] arrangements proved quite satisfactory from a military point of view. Similarly, in Egypt, in 1882, the censorship regulations at

[10] Wood, Control, S. 2; Wilkinson, Secrecy, S. 14; Memorandum des Generalstabs, 22. 3. 1910 für das Committee of Imperial Defence, Standing Sub-Committee, TNA, Cab 1/37, S. 2.
[11] *Gesetz über den Belagerungszustand*, 4. 6. 1851, Preußische Gesetzessammlung 1851, 57, S. 451.
[12] Wood, Control, S. 3 f.
[13] Siehe Aktenvermerke aus dem Frühjahr 1899, TNA, WO 32/6381; Wilkinson, Secrecy, S. 15.
[14] Notenwechsel Ende September 1899, TNA, WO 32/6381; Wilkinson, Secrecy, S. 15 f.
[15] Wilkinson, Secrecy, S. 16 f. Siehe auch Hiley, Control, S. 37–43; Steinsieck, Medienkrieg, S. 109.

the front appeared to work well."[16] Es waren die sichtbar gewordenen operativen Schwächen der Armee, die die nun folgenden Debatten dominierten. In diesem Rahmen wurde auch das Committee of Imperial Defence (CID) als Gremium zur Verfügung des Premierministers errichtet, in dem dieser Experten versammelte, um über strategische Fragen der britischen Verteidigung zu beraten.[17] Erst durch den Krieg zwischen Russland und Japan ab 1904 wurde die Informationssicherheit – in Großbritannien wie auch in Deutschland – wieder zum Thema.[18] Die Dynamiken, die die gegenseitige Beobachtung der Streitkräfte in einem transnationalen militärischen Raum mit sich brachte, traten nun exemplarisch hervor.

Im Krieg gegen Russland hielt das operativ erfolgreiche japanische Militär die Medien zu äußerster Geheimhaltung an und unterwarf – angelehnt an die britischen Vorschriften in Südafrika – die westlichen Kriegsberichterstatter strengen Regeln.[19] Davon inspiriert gab das deutsche Militär schon im Sommer 1904 bei den Kaisermanövern Berichterstattern Begleitoffiziere bei.[20] Nach dem Krieg ließ sich der Vorstand des deutschen Marinenachrichtenbüros, Kapitänleutnant Karl Boy-Ed, vom Attaché in Tokio von den dortigen Maßnahmen berichten.[21] Aufgrund seiner Schlussfolgerungen beschloss die deutsche Marine, entgegen dem Wunsch des Admiralstabschefs Admiral Wilhelm von Büchsel, im Kriegsfall auf Berichterstatter an Bord eigener Schiffe zu verzichten.[22] In Großbritannien benannten derweil Militär und Medien gemeinsam die Geheimhaltung als eine Ursache der japanischen Erfolge.[23] Der Tokioter Attaché Oberstleutnant C. V. Hume berichtete bereits am 1. März 1904, das japanische Militär habe unmittelbar nach Beginn der Feindseligkeiten die Zeitungsredaktionen vertraulich über die verbotenen Themenfelder informiert. Das Schreiben habe an den Patriotismus der ja-

[16] CID, Control, S. 5; ein „Bewusstseinswandel" hin zur Notwendigkeit, den Umgang mit Kriegsberichterstattern zu trainieren, verlief langsam, STEINSIECK, Netzwerke, S. 233f.; entsprechende Übungen mit Berichterstattern unter der Kontrolle eines Offiziers erfolgten erst bei Manövern 1912/1913, HILEY, Control, S. 72–74; siehe ferner unten, S. 91.

[17] Siehe JOHN EHRMAN, Cabinet Government and War 1890–1940, Cambridge 1958, vor allem S. 14–33; GOOCH, Plans, S. 32–106, auch zum deutschen Generalstab als Vorbild und zur Teilnahme der Presse an der politischen Reformdebatte; eine ‚Innensicht' bietet kenntnisreich der langjährige Sekretär fast aller britischen Regierungsgremien, MAURICE PASCAL ALERS HANKEY, The Supreme Command. 1914–1918 (Bd. 1), London 1961, S. 45–56; schließlich FRANKLYN ARTHUR JOHNSON, Defence by Committee. The British Committee of Imperial Defence 1885–1959, London 1960.

[18] TAYLOR, Munitions, S. 174f. Er war keine Initialzündung, wie es teilweise auf Basis der Überlegungen Towles scheint, siehe ALTENHÖNER, Kommunikation, S. 30f.

[19] Siehe Besprechung eines Buches des Kriegsberichterstatters Thomas Cowens in der NEW YORK TIMES, 7. 1. 1905, S. BR2; McLaughlin, Greg, The War Correspondent, London 2002, S. 55f.

[20] NEW YORK TIMES, 7. 8. 1904, S. 4.

[21] Schreiben Boy-Eds, 20. 1. 1906, BAMA, RM 3/10371, Bl. 85.

[22] Schriftwechsel und Memoranden aus 1906 sowie A.K.O., 22. 12. 1906, BAMA, RM 3/10371, Bl. 129–141.

[23] CHRISTIAN GÖTTER, Kriegsberichterstattung und Medienkontrolle im Russisch-Japanischen Krieg 1904/1905. Unveröffentlichte Magisterarbeit, vorgelegt an der TU Braunschweig, 2006, S. 77–80; TOWLE, Debate, S. 107.

panischen Presse appelliert und am Beispiel des Konfliktes mit China 1894/1895 die Gefahren unvorsichtiger Veröffentlichungen heraufbeschworen. Humes Informationen über den Inhalt des vertraulichen Schreibens stammten von einem „Captain Brinkley, Proprietor of the Japan Mail and local correspondent of the London Times".[24] Sein Beispiel zeigt, dass die Zeitungsmeldungen nicht der einzige Weg waren, auf dem geheime Informationen außer Landes gelangen konnten. Dies allerdings tat der Diskussion um die Informationssicherheit gegenüber den Medien keinen Abbruch. Gleiches galt für Deutschland, wo der Verein Deutscher Zeitungsverleger das Kriegsministerium 1912 auf das Verhältnis von Attachés und Informationssicherheit hinwies.[25] Da Attachés Teil militärischer Regelsysteme waren, wurden sie aber von den Streitkräftespitzen nicht in Frage gestellt.[26] Die außerhalb militärischer Regeln agierenden Medien versetzten die Streitkräftespitzen dagegen in Sorge.

Im Sommer 1904 sah sich der britische Chief of the General Staff, General Neville Lyttelton, durch den Krieg in Fernost veranlasst, auf die Pressekontrolle zurückzukommen. Im Juli legte er der Admiralty und dem India Office ein Memorandum vor, das Argumentation und Forderung Woods wieder aufgriff. Großbritannien benötige ein Gesetz, wie es in Deutschland seit 1874 in Kraft sei und Napoleon Bonaparte es im Februar 1800 erlassen habe. Es sollte eine Vorlage erarbeitet werden, die in einer Spannungsphase durch das Parlament gebracht werden könne. Von einem Publikationsverbot aller nicht offiziell ausgegebenen Informationen erhoffte er sich zudem, dass Redakteure keine Verwendung mehr für eigenständige Recherchen hätten, weswegen neugierige Korrespondenten ausbleiben könnten. Die Admiralty stimmte im September zu und empfahl, das Thema dem CID vorzulegen.[27] Das War Office folgte dieser Empfehlung am 12. Oktober. Die Kontrolle der Pressemeldungen wurde in den Kontext der Spionageabwehr und Kommunikationszensur eingeordnet, für die es bereits Regeln gab. Es herrschte Einigkeit darüber, dass die Inhalte der Zeitungen eingeschränkt werden müssten, da es für unmöglich gehalten wurde, zu verhindern, dass einzelne Exemplare in die Hände potentieller Gegner gelangten. Berichte von Kriegsberichterstattern sollten allerdings weiterhin erscheinen dürfen, da diese in den Kriegsgebieten durch die Streitkräfte zensiert würden.[28]

In Deutschland wurden die britischen Aktivitäten aufmerksam verfolgt, teils sogar verklärt. Während die britische Marine als Lehre aus dem Krieg in Fernost auf die strikte Geheimhaltung militärischer Informationen setze, so schrieb der deutsche Marineattaché in London und spätere Admiral Carl von Coerper an Tirpitz, fehle in Deutschland das Bewusstsein dafür: Erst kürzlich habe eine Zeitung Informationen über Waffensysteme der Flotte verbreitet. Derlei müsse verhindert

[24] Hume an Sir Claude MacDonald, den britischen Gesandten in Japan, 1. 3. 1904, TNA, WO 106/5580.
[25] VDZ an Kriegsminister Heeringen, 22. 5. 1912, HSAS, M 1/3 Bü 152.
[26] Kriegsministerium Berlin 1641/12.G.K.M., an VDZ, 22. 6. 1912, HSAS, M 1/3 Bü 152.
[27] CID, Control.
[28] Ebd.

werden.[29] In den folgenden Monaten beobachtete Coerper die Medienbeziehungen des britischen Militärs weiter. Er kam zu dem Schluss, dass das dort gewünschte Gesetz auf absehbare Zeit kaum realisiert werden könne. Dennoch schien ihm das Vorgehen des britischen Militärs vorbildlich. Dank seiner guten Kontakte zu wichtigen Medien könne es nämlich innerhalb weniger Stunden vertraulich Geheimhaltungsbitten verbreiten.[30] Noch zwei Jahre später forderte Kapitänleutnant von dem Knesebeck in der Marine-Rundschau, sich zumindest an den etablierten britischen Verfahrensweisen für Kriegszeiten ein Beispiel zu nehmen.[31] Tatsächlich funktionierte die als ‚britisch' ausgewiesene Praxis auch in Deutschland: 1908 und 1909 konnte das Nachrichtenbüro über Schreiben an einzelne Zeitungsredaktionen Berichte über Schießversuche verhindern.[32]

Deutsche wie britische Streitkräfte setzten sich also mit der jeweils identifizierten Krise der Informationssicherheit auseinander – zumindest dann, wenn sie durch äußere Anlässe in ihr Bewusstsein gedrängt wurde. Dabei wirkten die idealisierten Vorstellungen von der Situation des anderen als Ansporn. Die Lösungsansätze waren nicht grundsätzlich verschieden, und doch ließen sich nationalspezifische Charakteristika in ihrem weiteren Vorgehen deutlich ausmachen; auf die transnationale Herausforderung wurden nationale Antworten gegeben.

Ein erster Versuch der Krisenbewältigung – Gesetze

Nachdem das britische und das deutsche Militär durch den Russisch-Japanischen Krieg verstärkt auf die Frage der Informationssicherheit aufmerksam geworden waren, verfolgten beide Streitkräfte eine rechtliche Lösung des Problems. Die Schwierigkeiten, die sich in beiden Ländern auch aus einer kritischen Haltung der Medien ergaben, stelle ich im Folgenden vor. Sie waren später ein Grund dafür, nach Alternativen zu Gesetzen zu suchen.

In Deutschland wandte man sich zunächst dem Pressegesetz von 1874 zu. Obwohl es das britische Militär zum Vorbild erhoben hatte, waren die deutschen Streitkräfte mit ihm unzufrieden.[33] Im Juni 1905 äußerte Büchsel gegenüber Tirpitz die Befürchtung, dass diplomatische Spannungen durch Veröffentlichungsver-

[29] Coerper an Tirpitz, 14. 8. 1905 und Notiz von Holleben, BAMA, RM 3/10371, Bl. 53.

[30] Coerper an Tirpitz, 1. 3. 1906, BAMA, RM 3/10371, Bl. 92 f., sowie weiteres Schreiben aus demselben Jahr, ebd., Bl. 95; das Funktionieren des britischen Systems zeigen Beispiele der Admiralty aus den Jahren 1910 und 1912, Memorandum Graham Greenes, 1. 1. 1912, TNA, Adm 116/4082, S. 3; für das War Office, Memorandum on the Formation of a Standing Committee of Official and Press Representatives to Deal with the Publication of Naval and Military News in Times of Emergency, 6. 11. 1912, TNA, Adm, 116/4082 sowie TNA, Cab 4/5 (BRADE, Formation), S. 2; des Weiteren WILKINSON, Secrecy, S. 39.

[31] KURT KOSZYK, Entwicklung der Kommunikationskontrolle zwischen 1914 und 1918, in: Heinz-Dietrich Fischer (Hrsg.), Pressekonzentration und Zensurpraxis im Ersten Weltkrieg. Texte und Quellen, Berlin 1973, S. 152–193, hier S. 158 f.

[32] Schreiben des Nachrichtenbüros, 1. 6. 1909, BAMA, RM 3/10260, Bl. 110.

[33] Zur begrenzten Pressefreiheit, die dieses Gesetz bedeutete, siehe MOMMSEN, Selbstzensur, S. 17–23.

bote verschärft werden könnten.[34] Das Heer sah das Gesetz aus anderen Gründen mit Skepsis: Insbesondere galten die Strafen als zu niedrig, da keine Zeitungsverbote vorgesehen waren. Auf einer Konferenz-Reihe, zu der der spätere Kriegsminister Oberst Hermann von Stein vom Großen Generalstab geladen hatte, erwogen daher Vertreter der zivilen Regierung und des Militärs, eine Verschärfung im Rahmen einer sich bietenden außenpolitischen Krise durch das Parlament zu bringen.[35] Als die Konferenzen im Februar 1907 endeten, waren Auswärtiges Amt und Reichsjustizamt jedoch zu der Ansicht gelangt, dass die gewünschten Verschärfungen im Parlament auf zu großen Widerstand träfen. Mit Blick auf Großbritannien rieten sie daher, die Medien dazu zu bringen, sich selbst mit dem Thema zu befassen. Im Idealfall könnte so eine Gesetzesinitiative von der Presse angestoßen werden; zumindest aber würde eine öffentliche Debatte die Haltung des Reichstags sichtbar machen. Der Große Generalstab nahm sich der Angelegenheit an, während sich das Nachrichtenbüro der Marine auf die Position eines Beobachters zurückzog.[36]

Auch in Großbritannien blieb der Weg zu einem Gesetz steinig, nicht zuletzt, weil Militär und Regierung auch hier überzeugt waren, es nur gemeinsam mit den Medien durch das Parlament bringen zu können. Hier zeigt sich eine klare Parallele beider Streitkräfte- und Regierungsspitzen in der Wahrnehmung der Medien einerseits und der Parlamente andererseits, obwohl deren verfassungsrechtliche Position durchaus unterschiedlich war. Im Januar 1905 betonte der Director of Naval Intelligence (DNI), Konteradmiral Prinz Louis von Battenberg, dass ein Gesetz bereits im Frieden erlassen werden müsse, um in Kriegen und Krisen inoffizielle militärische Nachrichten verbieten zu können.[37] Aufgrund der Initiative des War Office hatte das CID inzwischen einen *Publication of Naval and Military Information Act* entworfen.[38] Im März 1905 brachte der First Lord der Admiralty, Selborne, das Thema im Parlament auf; die Initiative ging jedoch angesichts der Marokkokrise unter.[39] Um es wiederaufzufrischen lancierte der spätere Brigadegeneral George Cockerill, der in der Special Intelligence Subdivision des War Office arbeitete, im Mai einen Artikel in der *Times*.[40] Auch die Newspaper Society nahm sich der Angelegenheit auf ihrer Jahrestagung im selben Monat an. Als das CID dies erfuhr, wurde der Journalist Sydney Brooks beauftragt, die Haltung der Presse zu ermitteln. Zwischen Oktober 1905 und Januar 1906 schrieb

[34] Büchsel an Tirpitz, 13. 6. 1905, BAMA, RM 3/10371, Bl. 65, Notiz für das Nachrichtenbüro, ebd., Bl. 64.

[35] Protokoll der vierten Sitzung der Konferenz im März 1906, BAMA, RM 3/10371, Bl. 121.

[36] Bericht über die Kommissarischen Beratungen unter Stein, 20. 2. 1907, BAMA, RM 3/10371, Bl. 151 f.; zur Pressediskussion um die Informationssicherheit siehe Koszyk, Pressepolitik, S. 27.

[37] Notiz, Prinz Louis von Battenberg, 24. 1. 1905, TNA, Cab 17/91.

[38] Memorandum des Generalstabs, 22. 3. 1910 für CID, Standing Sub-Committee (Sitzung am 27. 4. 1910), TNA, Cab 1/37, S. 2.

[39] Wilkinson, Secrecy, S. 26.

[40] Hiley, Control, S. 47; Messinger, Propaganda, S. 101 f.; der Artikel erschien in der Times, 23. 5. 1905, S. 14.

er über 100 Redakteure an.[41] Die Antworten waren geteilt: Während sich fast alle Londoner Zeitungen verständnisvoll zeigten, gab es außerhalb der Metropole auch zahlreiche kritische Stimmen. Schlussendlich ließ das CID die Newspaper Society im Februar 1906 anschreiben. Im Mai teilte die Society ihre positive Haltung mit – erklärte sich aber als unfähig, für die gesamte Presse zu sprechen.[42]

Das CID hielt seine Bemühungen aufrecht, auch wenn zahlreiche Medienvertreter angesichts sehr ungenauer Angaben zu den Informationen, die verboten werden sollten, skeptisch blieben.[43] Einen Gesetzentwurf von 1907 lehnte die Newspaper Society wegen zu drastischer Strafmaßnahmen ab.[44] Eine überarbeitete Fassung scheiterte im Februar 1908: Der Sekretär der Vereinigung der Londoner Zeitungsbesitzer, der Newspaper Proprietors' Association (NPA),[45] erklärte, ein Gesetz zur Informationssicherheit sei nicht notwendig. Er kritisierte zugleich die bisherige kooperative Haltung der Newspaper Society. Die Regierung dürfe ein Machtmittel wie das geforderte Gesetz nicht erhalten:

> [W]e consider that no good cause has been shown for suspecting the patriotism and discretion of those who conduct the newspapers of this country, and that there is no occasion for the proposed legislation. […] In short, we prefer to leave the control of the dissemination of naval and military information in the hands of Parliamentary representatives of the people, instead of empowering Government departments, who are proverbially averse to criticism, to set in motion a secret legislative authority armed with extraordinary and penal powers.[46]

Angesichts dieser Erklärung stellte auch die Society ihre Unterstützung ein.[47] Als die Regierung im Juni im House of Lords zum Stand der Gesetzesinitiative befragt wurde, betonte sie ihren Unwillen, zum aktuellen Zeitpunkt zu handeln.[48] Der Widerstand der Medien hatte sie ausgebremst. Vergessen wurde die Angelegenheit jedoch nicht. Im März 1910 wurde das CID wieder aktiv. Premierminister Asquith richtete ein Subkomitee unter der Leitung des Secretary of State for Home Affairs, Winston Churchill, ein, um die Frage erneut zu erörtern. Mit dem DNI, Konteradmiral Alexander Edward Bethell, dem Director of Military Training, Brigadegeneral A. J. Murray, und Oberstleutnant George Macdonogh vom

[41] Schreiben Sydney Brooks, 31. 1. 1906, TNA, Cab 17/91; Wilkinson, Secrecy, S. 27.

[42] Wilkinson, Secrecy, S. 28 f.; Inzwischen war Clifford und der Newspaper Society auch versichert worden, dass das Gesetz nicht für „small wars" gedacht sei: Schreiben an Clifford, 24. 4. 1906, TNA, Cab 17/91.

[43] Wilkinson, Secrecy, S. 30 f.; Schriftwechsel innerhalb der Newspaper Society 1906, TNA, Cab 17/91.

[44] Memorandum des Generalstabs, 22. 3. 1910 für CID, Standing Sub-Committee, TNA, Cab 1/37, S. 2.

[45] Die Vereinigung bestand seit 1906, außerhalb Londons war der Manchester Guardian vertreten, Peter Bain und John Gennard, A History of the Society of Graphical and Allied Trades, London 1995, S. 13.

[46] Zitiert nach Wilkinson, Secrecy, S. 31; gerade der Patriotismus wurde explizit nicht angezweifelt, vgl. Wood, Control, S. 1.

[47] Memorandum des Generalstabs, 22. 3. 1910 für CID, Standing Sub-Committee, TNA, Cab 1/37, S. 2 f.; siehe auch Geppert, Pressekriege, S. 208 f.; Wilkinson, Secrecy, S. 31. Ferner, zu frühen Protesten gegen die Kooperation, Briefe des Abgeordneten und Besitzers des Dundee Advertiser, Sir John Leng, im Sommer 1906, TNA, Cab 17/91.

[48] Wilkinson, Secrecy, S. 32 f.

Generalstab war die Militärspitze beteiligt.[49] Die Ausgangslage war ernüchternd: Laut dem Generalstab hatte sich die Situation seit Woods Initiative von 1899 nicht gebessert.[50] Dennoch dachten die Heeresvertreter inzwischen weiter. Sie befassten sich nunmehr auch mit Fragen der praktischen Umsetzung des gewünschten Gesetzes, zu der kooperative Aspekte gehören sollten:

> Whether an Act is passed before or after the occurence of a national emergency, some machinery will be required to enable the Admiralty and the Army Council jointly to issue information to the Press. […] It has, therefore, being suggested that a joint Admiralty and War Office Bureau should be established to deal with the issue of information to the Press in time of war.[51]

Bereits 1906 hatte der damalige DNI, Kapitän zur See Charles Ottley, ein solches Büro nach Vorbild des Nachrichtenbüros der deutschen Marine vorgeschlagen. Er hatte gehofft, so die in Großbritannien verbreitete inoffizielle Medienarbeit kanalisieren und den Informationsfluss an die Medien besser kontrollieren zu können. Durchsetzen konnte er seinen Vorschlag jedoch nicht.[52] Vier Jahre später am 27. April 1910 – Ottley war inzwischen Konteradmiral im Ruhestand und Sekretär des CID – betonte er, dass das Subkomitee über ein solches Büro befinden müsse. Zudem regte er an, einen Journalisten einzubeziehen, um das gewünschte Gesetz so umzuformulieren, dass die Presse es akzeptieren könne.[53] Am 16. Juni trat das Komitee erstmals zusammen und überarbeitete den Gesetzentwurf. Zwölf Tage danach traf sich Churchill mit Brooks, der erneut die Meinungen führender Redakteure einholte;[54] diese waren noch immer ablehnend gestimmt. Brooks riet dazu, den bekannten Zeitungsbesitzer Lord Northcliffe von der Notwendigkeit des Gesetzes zu überzeugen und auf seinen Einfluss in Medienkreisen zu vertrauen.[55] Obwohl Northcliffe der Idee positiv gegenüberstand,[56] traf sich das Subkomitee bis 1912 nicht mehr: Churchill war mit drängenderen Fragen beschäftigt. Als es wieder zusammengetreten war, beschloss das CID, den Gesetzesplan ruhen zu lassen, da sich inzwischen eine kooperative Lösung mit den Medien ergeben hatte.[57]

Darüber hinaus war die britische Regierung in ihren Bemühungen um eine gesetzlich verankerte Pressekontrolle in anderer Hinsicht erfolgreich gewesen. Nach dem ersten Rückschlag durch die ablehnende Haltung der NPA von 1908 hatte sie sich um eine bessere Geheimhaltung in den eigenen Reihen bemüht und

[49] Terms of Reference des Standing Sub-Committee des CID, 1. 3. 1910, TNA, Cab 1/37; siehe auch Hankey, Command 1, S. 113 f.
[50] Memorandum des Generalstabs, 22. 3. 1910 für CID, Standing Sub-Committee, TNA, Cab 1/37, S. 3; vgl. Hiley, Control, S. 57–59.
[51] Memorandum des Generalstabs, 22. 3. 1910 für CID, Standing Sub-Committee, TNA, Cab 1/37, S. 3.
[52] Geppert, Pressekriege, S. 278 f.; Palmer, D-Notice, S. 232.
[53] Notiz Ottleys, 27. 4. 1910, TNA, Cab 1/37.
[54] Control of the Press, 13. 11. 1911, TNA, Cab 17/91, S. 1.
[55] Wilkinson, Secrecy, S. 36; siehe auch Briefwechsel zwischen der Newspaper Society und Ottley im November 1910, TNA, Cab 17/91.
[56] Geppert, Pressekriege, S. 281.
[57] Wilkinson, Secrecy, S. 36.

begonnen, den *Official Secrets Act* (OSA) zu überarbeiten.[58] Dieses Gesetz von 1889 war ursprünglich gegen die erstarkende Labour-Bewegung gerichtet gewesen und stellte Geheimnisverrat unter Strafe. Praktisch hatte es aber heimliche Kontakte Staatsbediensteter zu den Medien befördert.[59] Vor dem Hintergrund der Balkankrise, der wiederholten Invasionspaniken und der damit verbundenen Furcht vor deutschen Spionen sollte es überarbeitet werden.[60] Hierfür setzte sich vor allem der seit 1909 im Aufbau befindliche Geheimdienst ein, der von Heer und Marine mit verteilten Kompetenzen betrieben wurde. Er profitierte von der übersteigerten Angst vor fremden Spionen – die er selbst auch schürte – und konnte innerhalb des CID auf einige Unterstützung zählen. Daher trieb die Regierung eine verschärfte Version des OSA voran.[61] Im August 1911 akzeptierte das Parlament beinahe ohne Debatte dessen neue Fassung.[62] Diese war gezielt so formuliert, dass sie kein Misstrauen seitens der Presse erwecken sollte. Ein Desaster wie 1908 sollte so vermieden werden.[63] Tatsächlich jedoch konnte das dehnbar formulierte Gesetz auch gegen Journalisten gewendet werden.[64] Der Assistant Secretary des War Office Reginald Herbert Brade betonte später, dass die Regierung dem Parlament versichert habe, der OSA 1911 solle nicht auf Journalisten angewendet werden; schriftlich festgehalten worden sei dies jedoch nicht.[65]

Aber nicht nur in Großbritannien, sondern vielmehr in ganz Europa waren Spione im ersten Jahrzehnt des 20. Jahrhunderts ein wichtiges Thema für das Militär und beförderten so den Ausbau von Geheimdiensten, die wiederum die Bemühungen um Informationssicherheit vorantrieben.[66] Ab 1906 wurde in Deutsch-

[58] Ebd., S. 32f.

[59] Siehe J. Downing, Government Secrecy and the Media in the USA and Britain, in: Peter Golding, Graham Murdock und Philip Schlesinger (Hrsg.), Communicating Politics. Mass Communications and the Political Process, Leicester 1986, S. 153–170, hier S. 161–163; zur Rolle undichter Stellen in offizieller Informationspolitik siehe auch Dina Goren, Secrecy and the Right to Know. The Israeli Experience and Selected American and European Examples, Ramat Gan 1979, S. 24, mit Dank für den Hinweis an Johannes Kaufmann.

[60] Phillip Knightley, Die Geschichte der Spionage im 20. Jahrhundert. Aufbau und Organisation, Erfolge und Niederlagen der großen Geheimdienste, Bern 1989, S. 28; Morris, Scaremongers, S. 148f.; Wilkinson, Secrecy, S. 33; siehe auch oben, Kapitel 2.

[61] Christopher Maurice Andrew, The Defence of the Realm. The Authorized History of MI5, London ²2010, S. 5–40; siehe auch Thomas Boghardt, Spies of the Kaiser. German Covert Operations in Great Britain During the First World War Era, Basingstoke 2004, S. 4, 21–35, 40f.

[62] Wilkinson, Secrecy, S. 34f., 37f.; siehe auch Altenhöner, Kommunikation, S. 31.

[63] Siehe Foreign Espionage in United Kingdom, Report of Sub-Committee, 24. 7. 1909, TNA, Cab 3/2, A 47.

[64] Der Gesetzestext ist online unter: http://www.legislation.gov.uk/ukpga/Geo5/1-2/28/contents/enacted (zuletzt geprüft am 2. 3. 2012). Siehe auch Wilkinson, Secrecy, S. 38, der festhält, dass gerade Labour-Abgeordnete, die gegen die Verschärfung stimmten, das Gesetz später gegen die Presse einsetzten. Davon abgesehen hätte das Gesetz wohl auch ohne die Überarbeitung von 1911 gegen die Presse genutzt werden können, da seine Formulierungen schon 1889 weit gefasst waren. Ferner Geppert, Pressekriege, S. 280f.

[65] Brade, Formation, S. 4–6.

[66] Knightley, Spionage, S. 15–40; Wolfgang Krieger, Geschichte der Geheimdienste. Von den Pharaonen bis zur CIA, München 2009, S. 123–135, 146–169, mit Dank für den Hinweis an Klaus Latzel; Mombauer, Moltke, S. 40; Jürgen W. Schmidt, Gegen Rußland und Frankreich.

land der Nachrichtendienst des Heeres, die Sektion IIIb des Großen Generalstabs, schrittweise reformiert,[67] und die Heeresspitzen reagierten zunehmend nervös auf Medienberichte über Spione und Spionageprozesse. Der Chef der Sektion IIIb von 1910 bis 1913 und spätere Chef der Heeresleitung Major Wilhelm Heye schlug daher vor, das Gesetz gegen den Verrat militärischer Geheimnisse[68] zu überarbeiten.[69] Angesichts der Reform des OSA in Großbritannien, die von Berlin aus genau beobachtet wurde,[70] begannen im Januar 1912 Beratungen zwischen Reichsjustizamt, preußischem Justizministerium, Reichsmarineamt und preußischem Kriegsministerium. Gerade Letzteres hoffte, die Presse durch Strafandrohungen dazu bringen zu können, vor der Veröffentlichung möglicherweise sicherheitsrelevanter Informationen beim Militär rückzufragen.[71] Obwohl die deutsche Presse, durch diese Pläne aufgeschreckt, dem Kriegsministerium eine bessere Kooperation anbot,[72] bestand das Heer auf der Verschärfung. Sich schlicht auf die freiwillige Kooperation der Presse zu verlassen galt als untragbar. In den Verhandlungen zwischen Militär und zivilen Regierungsstellen drängte Moltke den Reichskanzler Ende 1912 zur Eile. Am 3. April 1913 wurde das neue Gesetz jedoch im Bundesrat abgelehnt,[73] vor allem, weil auch unbeabsichtigter Verrat unter Strafe gestellt werden sollte. Durch den ‚Fahrlässigkeitsparagraphen' sah sich die Presse bedroht, deren Widerstand, ähnlich wie in Großbritannien, von den Abgeordneten nicht übergangen wurde – genauso, wie es im übrigen auch bei der Einführung des Gesetzes gegen den Verrat militärischer Geheimnisse 1893 der Fall gewesen war, als der Reichstag Passagen zu „Indiskretionen der Presse" entschärft hatte.[74] Dennoch setzte sich das Heer auch unter Kriegsminister Falkenhayn weiter für die Überarbeitung des Gesetzes ein.[75] Am 3. Juni 1914 wurde schließlich eine neue Fassung verkündet. Auf den sogenannten Fahrlässigkeitsparagraphen hatte das Militär zwar verzichten müssen, doch das Gesetz enthielt verschärfte Strafen und erweiterte Straftatbestände.[76]

Der deutsche militärische Geheimdienst 1890–1914, Ludwigsfelde [2]2007, S. 178–197, 293–298, 328 f., 380.

[67] Gempp, Nachrichtendienst, Bd. 1, Bl. 104 f.; Brückner, Nachrichtenoffiziere, S. 18–29.

[68] *Gesetz gegen den Verrath militärischer Geheimnisse*, 3. 7. 1893, Reichsgesetzblatt 1893, 27, S. 205–208.

[69] Gempp, Nachrichtendienst, Bd. 2, Anlage 12, Bl. 104.

[70] Siehe entsprechende Notizen in BAMA, RM 3/10260, Bl. 155–166.

[71] In den Entwürfen des Gesetzes im Januar 1912 waren Haftstrafen bis zu zwei Jahren und Geldstrafen bis zu 10 000 Mark vorgesehen, Gempp, Nachrichtendienst, Bd. 2, Anlage 12, Bl. 105 f.

[72] Siehe hierzu den nächsten Abschnitt.

[73] Bericht über die Verhandlungen aus dem Januar 1913, BAMA, RM 3/10260, Bl. 219; undatierter Bericht über die Haltung des Reichstags zum Gesetzentwurf, BAMA, RM 3/10260, Bl. 233; Gempp, Nachrichtendienst, Bd. 2, Anlage 12, Bl. 107–110.

[74] Gempp, Nachrichtendienst, Bd. 2, Anlage 12, Bl. 109 f.; Schmidt, Geheimdienst, S. 240 f.

[75] Falkenhayn in der ersten Beratung des Gesetzes gegen den Verrat militärischer Geheimnisse am 26. 11. 1913, siehe Reichstagsprotokolle 5976, siehe auch Afflerbach, Falkenhayn, S. 114 f.; Zwehl, Falkenhayn, S. 39 f.

[76] Gempp, Nachrichtendienst, Bd. 2, Anlage 12, Bl. 110. Siehe zur Genese des Gesetzes auch Zwehl, Falkenhayn, S. 39 f.

Die Furcht vor einem möglichen Geheimnisverrat angesichts der rasanten Ausweitung der Medienlandschaften und Beschleunigung der Kommunikation war kein allein britisches oder deutsches Phänomen, sondern etwas, das beide Streitkräfte beunruhigte. Beiden gelang es auch vor dem Ersten Weltkrieg, indirekt eine bessere rechtliche Handhabe gegen Geheimnisverrat auch in der Presse zu erhalten. Da jedoch die auf die Pressekontrolle spezialisierten Gesetze in Deutschland wie Großbritannien – unabhängig von den bestehenden Unterschieden in der Regierungsform und der rechtlichen Stellung der Presse – ausgebremst worden waren, hatten die Streitkräfte zusätzlich begonnen, nach alternativen Kontrollmechanismen zu suchen. Diese Suche und ihr unterschiedlicher Verlauf in beiden Ländern stehen im Folgenden im Vordergrund.

Ein zweiter Versuch der Krisenbewältigung – Kooperation mit den Medien

Den britischen und deutschen Streitkräften bot sich als Alternative zu den schwierigen Gesetzgebungsprozessen eine Kooperation mit den Medien an. Beide gingen darauf ein. In ihrem Vorgehen traten jedoch einmal mehr Unterschiede im Verhältnis zu den Medien hervor, die auf die unterschiedlichen Medienbilder zurückzuführen sind.

Das Nachrichtenbüro des Reichsmarineamts stand den Medien vergleichsweise aufgeschlossen gegenüber. Es war im Zuge seiner Arbeit, wie in Kapitel zwei gezeigt, zu einem anerkannten Medienexperten geworden. Daher hatte sich Admiral Büchsel auch in Fragen der Informationssicherheit an das Büro gewandt. Sonderlich interessiert an einem verschärften Gesetz für die Informationskontrolle waren die Medienexperten allerdings nicht. Als der Generalstab infolge der bereits erwähnten Konferenzserie auf die Medien zuging, um mit diesen gemeinsam nach einem Weg zu suchen, in Krisenzeiten die Informationssicherheit zu erhöhen, ohne das für Zeitungsleser offensichtlich werden zu lassen, nahm das Büro die Rolle eines Beobachters ein. Der Grund für diese gelassene Haltung lag darin, dass das Nachrichtenbüro erkannt hatte, dass sich Medienvertreter im Rahmen einer Kooperation beeinflussen ließen. In den Worten seines Leiters, des Kapitäns zur See Heinrich Löhlein:

> Im Interesse der Geheimhaltung militärischer und technischer Angelegenheiten hat sich das Nachrichtenbureau ferner der Aufgabe unterzogen, das Bedürfnis der Presse nach Marinenachrichten zu befriedigen, wobei es sich herausgestellt hat, daß auf diese Weise am wirkungsvollsten der Veröffentlichung von Nachrichten vorgebeugt wird, die im Interesse der Landesverteidigung geheim zu halten sind.[77]

Diese Beschreibung stammt aus dem Jahr 1913; das genannte Vorgehen funktionierte bereits zuvor. So wurde das Büro im Februar 1907 vom Redakteur der *Kieler Neuesten Nachrichten*, einem Herrn Pape, informiert, dass andere Zeitungen über

[77] Die Tätigkeit des Nachrichtenbüros, gezeichnet von Löhlein, vermutlich 30.11.1913, BAMA, RM 3/9954, Bl. 25–28, S. 3.

technologische Neuerungen berichtet hätten. Pape selbst hatte solche Berichte „im Interesse der Landesverteidigung“ unterlassen, wollte aber wissen, ob sie unbedenklich seien.[78] Das Büro verneinte und bat Pape, auch künftig zu schweigen. Zudem fuhr ein Mitarbeiter, der spätere Großadmiral und Oberbefehlshaber der Kriegsmarine Erich Raeder, nach Kiel, um die Informationsquellen ausfindig zu machen. Er fand heraus, dass Werftarbeiter die Informationen an die Zeitungen gaben. Pape erklärte sich bereit, dem Büro die Namen der Zuträger künftig mitzuteilen. Raeder war zufrieden:

> Er ist bereit, die Wünsche des Nachrichtenbüreaus zu unterstützen, ich erklärte ihm […], daß gerade das Nachrichtenbüreau stets bestrebt sei, auf dem Prinzip der Gegenseitigkeit gegenüber der Presse zu arbeiten u. daß es sich stets dafür einsetze, daß die Presse gut unterrichtet werde (z.B. Manöverberichte); spielte mich selbst etwas als Redakteur auf).[sic, CG] Dafür erwarte es aber auch Entgegenkommen. Er beklagte sich über schlechte Behandlung durch Kommandos, die selbst – m.A.n. tatsächlich – unwesentliche Nachrichten verböten. Ich erklärte dies durch Unmöglichkeit, die Bedeutung der Nachrichten von solchen Stellen aus zu übersehen, empfahl enge Fühlung mit N [dem Nachrichtenbüro, CG] in Zweifelfällen (Telegraphenverkehr), was ihm einleuchtete.[79]

Raeder verfocht die Kooperation geradezu: „Ich glaube, daß Zwangsmaßregeln in diesem Falle weniger wirken würden als vorläufiges Zusammenarbeiten u. daß wir dadurch, daß wir die K.N.N. [Kieler Neueste Nachrichten, CG] gut mit harmlosen Nachrichten versorgen, vielleicht herausbekommen, welches die Werftquellen sind.“[80] Obwohl das Büro nicht erwartete, alle unerwünschten Meldungen verhindern zu können, kooperierte es.[81] Allerdings blieben staatliche Machtmittel Teil seines Repertoires: So ließ es die Kriminalpolizei vorerst Papes offene Sprechstunden überwachen.[82] Im Kriegsgeschäftsverteilungsplan von 1913 hieß es explizit, dass gegen Zeitungen, die über vom Reichskanzler gesperrte Themen berichteten, „unverzüglich mit allen zu Gebote stehenden Mitteln […] vorgegangen werden“ müsse.[83]

Zögerlich näherte sich auch das deutsche Heer kooperativen Verfahren an. Als die oben erläuterte Verschärfung des Pressegesetzes von 1874 gescheitert war, kontaktierte Moltke ausgewählte Zeitungen. Im April 1907 berichtete er der Marine, dass die angeschriebenen Pressevertreter helfen wollten, die Informationssicherheit ohne Gesetz herzustellen. Dieses sei zudem nur in der Lage zu strafen, könne Probleme nicht von vornherein vermeiden. Moltke hob hervor, dass die Medienvertreter mit dem Militär, nicht jedoch mit den Zivilbehörden kooperieren wollten, da sie letzteren misstrauten. Beinahe alle, sogar linke, Zeitungen seien kooperationsbereit. Nur hinsichtlich einiger polnischer und elsässischer Blätter hatte Moltke Zweifel. Gemeinsam mit den Redakteuren hatte der Generalstab ein Merkblatt zusammengestellt, das die im Spannungs- und Kriegsfall unerwünsch-

[78] Schreiben der KIELER NEUESTEN NACHRICHTEN, 25.2.1907, BAMA, RM 3/10260, Bl. 34.
[79] Bericht Raeders, 1.3.1907, BAMA, RM 3/10260, Bl. 35–39.
[80] Ebd.
[81] Nachrichtenbüro an Admiralstab, 8.7.1912, BAMA, RM 3/10260, Bl. 193f.
[82] Bericht des Kieler Polizeipräsidenten, 25.7.1907, BAMA; RM 3/10260, Bl. 61f.
[83] Kriegsgeschäftsverteilungsplan, 7.5.1913, BAMA, RM 3/10371, Bl. 275–279, Zitat Bl. 279.

ten Informationen aufzählte. Es sollte bei allen militärischen Stellen hinterlegt werden, in deren Nähe Zeitungen erschienen, damit diese es bei Bedarf verteilen konnten.[84] Admiralstab und Reichsmarineamt stimmten dem Vorgehen zu.[85] Bereits im folgenden Jahr war das Merkblatt in den Mobilmachungsplan des Heeres integriert;[86] die Marinestationen erhielten die Vordrucke im Mai 1909.[87] Zeitungen, die nicht kooperationsbereit waren, sollten laut Moltke durch die lokalen Kommandierenden Generale unterdrückt werden. Abgesehen von den genannten polnischen und elsässischen Blättern wollte Moltke jedoch keine Zeitungen ausschließen, „um an keiner Stelle das Gefühl der Zurücksetzung oder des Mißtrauens aufkommen zu laßen."[88] Im Merkblatt wurden den Medienvertretern als Patrioten die Wünsche des Militärs als Bedürfnisse der Nation präsentiert:

> Der Krieg steht vor der Tür; das Vaterland ist in Gefahr! […] An die Presse wendet sich das Vaterland als an das Organ, das unmittelbar zum Volke spricht, dessen Worte aber auch weit über die Grenzen zu Freund und Feind getragen werden. Was durch sie mitgeteilt wird, kann unserm Volke zum Heil, aber auch zum Unheil werden. […] Ist sich die Presse der schweren Verantwortung und der Tragweite ihrer Mitteilungen bewußt, so wird sie sich nicht wider ihren Willen zum unbewußten Bundesgenossen des Feindes machen. Sie wird es der Heeresleitung Dank wißen, wenn sie von ihr erfährt, welche Veröffentlichungen dem Vaterlande schaden und dem Feinde nützen können. Durch selbstlosen Verzicht auf alle Mitteilungen dieser Art wird sie sich des unmittelbaren Anteils an den Erfolgen versichern, wenn uns solche beschieden sind. Die Heeresleitung wird bemüht sein, das berechtigte Verlangen nach Nachrichten vom Kriegsschauplatze zu befriedigen. Müßen diese Nachrichten während Mobilmachung und Aufmarsch dürftig sein, so wird es dem patriotischen Bestreben der Presse am besten gelingen, das Volk über die Gründe […] aufzuklären und zur Geduld zu mahnen, bis unsere Vorbereitungen beendet sind und der Schleier fallen darf.[89]

Nachdem Moltke mit der Presse gesprochen hatte, um sie auf die Kooperation mit dem Militär einzuschwören, sie sogar in die Pflicht nahm, der Bevölkerung die Verschwiegenheit zu erklären, wandte er sich wieder von den Medien ab. Regelmäßige Kontakte, die das postulierte Vertrauensverhältnis hätten untermauern können, suchte er nicht. Die Spitze des Heeres sah sich als Teil der Elite des Vaterlandes.[90] Die Medien gehörten für sie nicht dazu. Von ihnen erwartete sie Kooperation; zu einem Partner wurden sie jedoch nicht.

Das zeigte sich auch im Umgang mit Kooperationsangeboten der Medien im Kontext des Gesetzes gegen den Verrat militärischer Geheimnisse. Als die Spionagethematik ab 1908 virulent wurde, bat die Marine schlicht ihre Kontakte in den Medien, entsprechende Berichte zu unterlassen.[91] Als der VDZ im Februar 1912

[84] Schreiben Moltkes, 17. 4. 1907, BAMA, RM 3/10371, Bl. 167.
[85] Admiralstabs an Tirpitz, 13. 7. 1907, BAMA, RM 3/10371, Bl. 167, Tirpitz an Kriegsministerium, 6. 8. 1907, BAMA, RM 3/10371, Bl. 168. Ein Schreiben aus der Marinestation Ostsee an Tirpitz, 28. 6. 1907, zeigt dass die Frage der Informationssicherung nicht nur die Marinespitze beschäftigte. Von dort aus wurde vorgeschlagen, sicherheitshalber in Spannungszeiten den Export von Zeitungen zu stoppen, BAMA, RM 3/10371, Bl. 169.
[86] Schreiben des Kriegsministeriums, 20. 7. 1908, BAMA, RM 3/10371, Bl. 196.
[87] Schreiben des Reichsmarineamts, 10. 5. 1909, BAMA, RM 3/10371, Bl. 216.
[88] Schreiben des Kriegsministeriums, 20. 7. 1908, BAMA, RM 3/10371, Bl. 196.
[89] Merkblatt für die Presse, Fassung von 1908, BAMA, RM 3/10371, Bl. 197 f.
[90] Kutz, Soldaten, S. 31 f.
[91] Schreiben des Nachrichtenbüros, 1. 6. 1909, BAMA, RM 3/10260, Bl. 110.

Kriegsminister Heeringen anbot, militärische Sicherheitsbedürfnisse stärker zu beachten, nahm dieser an. Er erklärte, was nicht publiziert werden sollte, und riet bei Zweifeln zu Rückfragen beim Militär.[92] Der VDZ gab diese Informationen an seine Mitglieder weiter.[93] Aus Tirpitz' Sicht war eine solche Kooperation mit den Medien die ideale Grundlage, um die gesamte Spionagefrage zu lösen.[94] Das Heer, das vereinzelt auch auf diese Methode zurückgriff,[95] beharrte aber zusätzlich auf dem Gesetz. Die Marineführung reagierte enttäuscht. Das Nachrichtenbüro meinte gar, das Heer habe die Medien nicht verstanden: Diese in patriotische und unpatriotische Blätter zu unterteilen galt als wirklichkeitsfremd. Entscheidend für die Verlässlichkeit seien vielmehr Faktoren wie die Größe der entsprechenden Zeitungen, urteilten die erfahrenen Medienspezialisten.[96] Sie zeigten damit eine den Medien gegenüber aufgeschlossenere Haltung, als sie beim Heer zu finden war.

Auch nach dem Scheitern des neuen Gesetzes im Bundesrat bot die Presse ihre Zusammenarbeit an: Nachdem die *Norddeutsche Allgemeine Zeitung* zur Vorsicht bei sicherheitsrelevanten Themen aufgerufen hatte, kontaktierte die *Greifswalder Zeitung* das Nachrichtenbüro.[97] Dieses und das Kriegsministerium erstellten daraufhin erneut eine Liste sensibler Themen für die Presse. Der VDZ versuchte dann zusammen mit Tirpitz, aus diesem Vorgehen eine bindende Regel zu erschaffen. Hierfür sollten alle deutschen Zeitungen, abgesehen von den misstrauisch beäugten SPD-nahen Blättern, über die sensiblen Themen informiert werden. Innerhalb eines Monats sollte so eine mit Geldstrafen bewehrte Schweige-Selbstverpflichtung entstehen.[98] Die Marine begrüßte diesen Ansatz.[99] Major Nicolai, Nachfolger Heyes an der Spitze des Heeres-Nachrichtendienstes, kommentierte jedoch:

> Das Ergebnis der Besprechung war, dass die Pressevertreter den § 9 [CG: fahrlässiger Verrat] in keiner Weise unterstützen wollen. Sein völliges Ausscheiden aus dem Gesetz scheint sicher, Modifikation selbst wird für ausgeschlossen gehalten. Man erwartet alles Heil vom ‚Vertrauen zur Presse' und von einer ergiebigen Auskunftserteilung, möglichst auch in der Provinz.[100]

Falkenhayn teilte zunächst Nicolais kritische Haltung und kämpfte bereits bei seinem ersten Auftritt im Reichstag für das neue Gesetz.[101] Allerdings öffnete auch er sich in Fragen der Informationssicherheit für kooperative Ansätze: Im Mai 1914 bat er die Generalkommandos, lokale Zeitungen in der Nähe von Truppenübungs-

[92] Kriegsministerium Berlin 926/12.G.K.M., 17. 4. 1912, HSAS, M 1/3 Bü 152.
[93] VDZ an Heeringen, 22. 5. 1912, HSAS, M 1/3 Bü 152.
[94] Schreiben Tirpitz', 6. 9. 1912, BAMA, RM 3/10260, Bl. 210.
[95] Kriegsministerium Berlin 926/12.G.K.M., 17. 4. 1912, HSAS, M 1/3 Bü 152; siehe auch oben, Kapitel 2.2.
[96] Schriftwechsel zwischen Nachrichtenbüro, J und Kriegsministerium, Oktober/November 1912, BAMA; RM 3/10260, Bl. 198–202; Admiralstab an Nachrichtenbüro, 26. 12. 1912, BAMA, RM 3/10260, Bl. 204.
[97] Schreiben an das Nachrichtenbüro, 14. 4. 1913, BAMA, RM 3/10260, Bl. 243.
[98] VDZ an Tirpitz, 28. 4. 1913, BAMA, RM 3/10260, Bl. 247 f.; VDZ an Tirpitz, 8. 5. 1913, BAMA, RM 3/10260, Bl. 251 f.; Aktennotiz Nachrichtenbüro, 9. 6. 1913, BAMA, RM 3/10260, Bl. 362.
[99] Protokoll einer Sitzung im Reichs-Justizamt, 12. 11. 1913, BAMA, RM 3/10260, Bl. 365–370.
[100] Gempp, Nachrichtendienst, Bd. 2, Anlage 12, Bl. 109 f.
[101] Falkenhayn in der ersten Beratung des Gesetzes gegen den Verrat militärischer Geheimnisse am 26. 11. 1913, siehe Reichstagsprotokolle 5976; siehe auch oben, Fußnote 75.

plätzen dazu zu bringen, sicherheitsrelevante Veröffentlichungen vorab mit den Kommandanten zu besprechen. Dies sollte über Absprachen mit den Medienvertretern gelingen, denen im Gegenzug „gelegentlich, vielleicht sogar regelmäßig durch Mitteilung für die Veröffentlichung geeigneter Nachrichten“ entgegengekommen werden sollte.[102] Tatsächlich funktionierte solche lokale Kooperation mit den bürgerlichen Blättern, auch für Spionagefragen. Dies berichtet zufrieden der Leiter der Nachrichtenstelle des Generalkommandos des I.A.K., Hauptmann Friedrich Gempp, für die letzten Vorkriegsmonate.[103] In Deutschland wurde also durchaus mit den Medien kooperiert. Dennoch wurden diese gerade vom Heer nach wie vor eher misstrauisch beäugt. Die britischen Streitkräftespitzen waren kooperativen Ansätzen gegenüber aufgeschlossener.

In Churchills Subkomitee war 1910 die Idee diskutiert worden, ein gemeinsames Press Bureau der Streitkräfte zu errichten, um sichere Informationen ausgeben zu können. Eine solche Nachrichtenausgabe galt als notwendiger Teil der Bemühungen um eine verbesserte Informationssicherheit; denn verböte man in diplomatisch gespannten Zeiten alle militärischen Artikel, könnten potentielle Gegner daraus auf Kriegsvorbereitungen schließen. Ein gesteuerter Informationsfluss sollte dies verhindern und zugleich die eigene Bevölkerung informiert halten. Gegenüber Bethell und Wilson betonte Ottley, ein solches Büro „could not be improvised for its usefulness will depend largely on the degree of intimacy with the Press which it will have been able to attain beforehand and on the confidence which it will have been able to inspire.“[104] Einen zusätzlichen Nutzen sah er darin, dass die Presse seiner Ansicht nach eigene Recherchen einstellen würde, wenn ausreichend offizielle Informationen ausgegeben würden. So könnte die gewünschte Informationssicherheit auch ohne Gesetz gewährleistet werden.[105] Wilson stimmte zu und ergänzte, wobei der hohe Stellenwert deutlich wurde, den er der partnerschaftlichen Kooperation mit den Medien – freilich immer mit den Interessen des Militärs vor Augen – zumaß: „The head of the Bureau should seek to establish *friendly relations* between himself and the representatives of the Press, so that in time of war or emergency the latter might not consider themselves muzzled, but would co-operate with the Bureau in preserving the public interests.“[106]

Wilson wollte auch andere Regierungsstellen an dem Büro beteiligen, deren Aufgabenbereiche in Kriegen eng mit militärischen Fragen verwoben wären.[107] Das Foreign Office jedoch winkte ab. Es wollte dem Militär die Planung überlassen und sich, wenn nötig, später einklinken. Bethell dagegen stimmte im Namen

[102] Kriegsministerium 1245/14.g.A1, 19.5.1914, HSAS, M 1/3 Bü 152.
[103] Gempp, Nachrichtendienst, Bd. 1, Teil 2, Bl. 25. Knesebeck urteilte, dass die Kooperation dieser Art auch mit dem Großen Generalstab funktioniert habe, Knesebeck, Wahrheit, S. 29.
[104] Brief Ottleys, 10.11.1910, TNA, Cab 17/91, S. 1f.
[105] Ebd., S. 2f.; diese Idee hatte er schon 1906 geäußert, Geppert, Pressekriege, S. 278f.; Lovelace bemerkt, dass diesem Gedanken ein paternalistisches Medienbild zugrunde liegt, Lovelace, Control, S. 20.
[106] Wilson an Ottley, 24.1.1911, TNA, Cab 17/91, S. 1, Hervorhebung CG.
[107] Ebd., S. 2.

der Marine zu.[108] Weitere Schritte blieben jedoch aus. Obwohl Wilson und Bethell hofften, aus dem Büro im Kriegsfall eine zentrale Zensurstelle entwickeln zu können, meinten sie im März 1911, dass vor seinem Aufbau das gewünschte Gesetz verabschiedet werden müsse.[109]

Das britische Militär trat also trotz der auf Kooperation abzielenden Gedanken auf der Stelle. Dies wurde unübersehbar, als im Rahmen der zweiten Marokkokrise unerwünschte Zeitungsberichte erschienen.[110] Nun beauftragte der Under-Secretary of State for War, John Seely, seinen Mitarbeiter Brade, mit den Zeitungsbesitzern zu verhandeln. Brade, der innerhalb des War Office für offizielle Pressekontakte verantwortlich war, kontaktierte zunächst den Permanent Secretary der Admiralty, Sir William Graham Greene.[111] Ihm erklärte er, dass er auf der Suche nach Medienvertretern sei, die für die gesamte Presse sprechen könnten. Zu diesen wollte er „friendly relations“[112] aufbauen. Auf einer solchen Basis könnte dann das Ziel der verbesserten Informationssicherheit leichter erreicht werden: „[I]t would be easy to communicate with them should it be desired to prevent publication in any important particulars.“[113]

Greene war schnell von der Idee einer einvernehmlichen Kooperation mit der Presse überzeugt. Er sicherte Brade die Unterstützung der Admiralty zu, inklusive derjenigen Bethells. Gemeinsam organisierten die Staatssekretäre am 13. August 1912 ein Treffen mit Wilson, Macdonogh und wichtigen Medienvertretern,[114] darunter Abgesandten der Newspaper Society, verschiedener Zeitungsbesitzergruppierungen sowie der Press Association (PA) und Ernest Parke von der NPA.[115] Greene erklärte, dass das Militär einen Weg suche, in Kriegen und Spannungszeiten sicherheitsrelevante Informationen geheim zu halten. Die Medienvertreter wollten helfen, solange keine einzelnen Zeitungen favorisiert mit Informationen versorgt würden.[116] Dies sicherten die Militärvertreter ebenso zu wie sie versprachen, dass nur Informationen von Bedeutung für die nationale Sicherheit beschränkt würden. Parke schlug vor, ein Komitee aus Medien- und Militärvertretern einzurichten. Am 16. Oktober traf sich die Gruppe leicht verändert wieder; der ehemalige Parlamentarier Charles Prestwich Scott, Besitzer des *Manchester Guardian*, war ebenso dabei wie Edmund Robbins von der PA, dem Fisher in das Komitee geholfen hatte.[117] Parke erklärte, die Medienvertreter seien von ihren Organisationen autorisiert worden, „to agree from time to time, as might be decided by that committee, to withhold from publication in the Press information which at times of emergency it might be against the public interest to make

[108] Antwort an Wilson, 28. 2. 1911, TNA, Cab 17/91.
[109] Wilson an Ottley, 11. 3. 1911, TNA, Cab 17/91, S. 1 f.; vgl. Hiley, Control, S. 62–64.
[110] Control of the Press, 13. 11. 1911, TNA, Cab 17/91, S. 2.
[111] Wilkinson, Secrecy, S. 38, gestützt auf TNA, Cab 17/91; sowie Brade, Formation, S. 1.
[112] Memorandum Greenes, 1. 1. 1912, S. 3, TNA, Adm 116/4082.
[113] Ebd.
[114] Zu Brades Suche nach geeigneten Gesprächspartnern siehe Wilkinson, Secrecy, S. 40 f.
[115] Weitere Details zu den Anwesenden ebd., S. 45, vor allem Fußnoten 1–6.
[116] Es gelang damals so wenig wie heute, ebd., S. 52.
[117] Ebd., S. 46 f.

known."[118] Die wesentlichen Pressekreise des Landes galten also durch das Gremium als repräsentiert – auch wenn nicht alle davon wussten, gerade unterhalb der Ebene der Besitzer.[119]

Die Bereitschaft des britischen Militärs, mit den Medien auf Augenhöhe zu kooperieren, zahlte sich aus. Mit dem neuen Gremium erhielt es mehr, als es ursprünglich angestrebt hatte: Brade wurde zum Sekretär der Militärvertreter, Robbins zu dem der Medienseite gemacht. Letzterer sollte Entscheidungen an die Medien kommunizieren – und in Notfällen im Namen aller Medienvertreter sprechen können! Damit konnte das Militär mithilfe eines einzelnen Medienvertreters unerwünschte Themen sperren, und das nicht nur in Krieg und Spannungszeiten, wie Brade protokollierte:

> Sir Graham Greene said that these arrangements would meet the requirement perfectly, and he hoped that this joint committee would be a means of facilitating communications between the Admiralty and the War Office and the Press, not only in war, but also in peace […]. Mr. Scott expressed a hope that the committee would not be used as a medium for the dissemination of false news, as he thought that such a use of the committee for the purpose of deceiving the public would destroy confidential relations between the Press and the departments. After a brief discussion this was agreed to.[120]

Das Militär hatte die Medien dafür gewonnen, im Frieden militärische Wünsche hinsichtlich der Informationssicherheit zu berücksichtigen. Der Preis dafür war, dass alle Blätter bei der Informationsausgabe gleich behandelt würden, dass Kritik erlaubt bleibe und dass über das gemeinsame Gremium keine falschen Informationen ausgegeben würden (was nicht bedeutete, dass sich die Medienvertreter generell gegen diese Praxis sperrten). Zufrieden berichtete Brade an Seely:

> It may be remarked that in the record of the negotiations above, there is no closely drawn definition of the scope of the new committee's powers and functions. This is not unintentional. […]. The great point to secure seemed to be to induce the Press to work together and to work in conjunction with us. This has been secured, and it is left to the future to develop occasions of usefulness for the committee outside the two classes of cases named.[121]

Am 26. November 1912 stellten Brade und Greene das neue Gremium dem CID-Subkomitee vor.[122] Sie schlugen vor, es zu einer permanenten Einrichtung zu machen und auf weitere Gesetzesinitiativen zu verzichten, um die Presse nicht zu reizen und ihre Kooperation aufs Spiel zu setzen; zumal sich notfalls der OSA, wie gezeigt, gegen die Presse wenden ließ. Das Subkomitee stimmte zu, das CID folgte seiner Empfehlung und das britische Militär erhielt eine gemeinsame Institution für die Medienarbeit: Das bald als ‚Admiralty, War Office and Press Committee' bezeichnete Gremium galt als großer Fortschritt (Brade wurde für seinen Einsatz

[118] Brade, Formation, S. 4f.; Memorandum Greenes, 1. 1. 1912, TNA, Adm 116/4082, S. 3.

[119] Noch 1913 schlug Howell Arthur Gwynne, Redakteur der *Morning Post*, ein solches Gremium vor, Howell Arthur Gwynne, The Press in War, in: Journal of the Royal United Service Institution 57 (1913), S. 1616–1631.

[120] Brade, Formation, S. 4f.

[121] Brade, Formation, S. 4f., TNA, Adm 116/4082, dort fehlende Teile zitiert nach Fassung in TNA, Cab 4/5.

[122] Hankey an Seely, 8. 10. 1912, TNA, Cab 17/91.

1914 zum Ritter geschlagen).[123] Der Gesetzentwurf wurde dennoch für den Fall einer wirklichen Krise in Bereitschaft gehalten.[124]

Das Press Committee wurde den Ansprüchen des Militärs gerecht und bildete eine wichtige Keimzelle der institutionalisierten Medienarbeit in Großbritannien. Noch 1912 erreichte Brade, dass die Medienvertreter sich bereit erklärten, das Militär zu konsultieren, wenn sie über die Ungefährlichkeit einer Information im Unklaren waren. Im Gegenzug richteten die Streitkräfte permanente Ansprechpartner für Fragen der Presse ein. Außerdem wurde das Gremium auf illustrierte Zeitschriften und Streitkräftezeitungen erweitert.[125] Das Press Committee wurde in das War Book des War Office aufgenommen, in dem die im Kriegsfall zu unternehmenden Schritte der einzelnen Abteilungen festgehalten wurden. Hinsichtlich des Komitees hieß es hier, dass es im Kriegsfall für die dann notwendige Medienarbeit angepasst werden sollte.[126] Brade überlegte, ob es die Basis des geplanten Press Bureau des Militärs sein könnte.[127] Auch diente das Press Committee als Forum für Gespräche über neue Kriegsberichterstatter-Regeln. An diesen war nicht allein Brade interessiert. Auch Macdonogh meinte, „[s]ome regulations were necessary, but the military authorities did not wish to adopt any that were unworkable from the point of view of newspaper proprietors or editors."[128] Da auch die Medienvertreter mit den bestehenden Regeln unzufrieden waren, wurde in Kooperation mit ihnen ein spezielles Subkomitee gebildet, um eine gemeinsame Lösung finden.[129] Allerdings gelang dies vor dem Ersten Weltkrieg nicht mehr. Noch am 27. Juli 1914 wurde die Frage vertagt.[130]

Dennoch weist das für die Informationssicherheit geschaffene Press Committee auf eine grundsätzliche Veränderung in den Medienbeziehungen des britischen Militärs hin, indem es kooperatives Handeln verstetigte und eine Basis für Gespräche über die militärischen Medienbeziehungen bot. Das deutsche Militär verfügte nicht über eine vergleichbare Plattform. Die Medien über einzelne Erklärungen hinaus als Partner auf Augenhöhe zu betrachten, war gerade für das Heer kaum vorstellbar. Doch auch in Deutschland war es durch die kooperativen Ansätze gelungen, mehr zu erreichen als ursprünglich geplant war. Sie halfen, die Informationssicherheit auch außerhalb von Spannungszeiten zu wahren. Die Krise der Informationssicherheit war auf grundsätzlicher Ebene gelöst; ein persönli-

[123] Hiley, Control, S. 68.

[124] Brade, Formation, S. 4–6; siehe auch Begleitschreiben, ebd.; Memorandum Greenes, 1. 1. 1912, TNA, Adm 116/4082, S. 3; Standing Sub-Committee, Protokoll des zweiten Treffens, 26. 11. 1912, TNA, Cab 1/37; Entwurf des Abschlussberichts des Sub-Committee, TNA, Cab 1/37; Altenhöner, Kommunikation, S. 32; Wilkinson, Secrecy, S. 50–54.

[125] Brade an Hankey, 10. 12. 1912, TNA, Adm 116/4082; Protokoll der Sitzung vom 9. 12. 1912, datiert auf den 31. 12. 1912, TNA, Adm 116/4082; Protokoll der Sitzung vom 19. 12. 1912, datiert auf den 7. 1. 1913, ebd.

[126] War Office War Book 1913, 10. 1. 1913, TNA, WO 32/5967, S. 33.

[127] Ebd., S. 57; Schreiben Brades, 17. 1. 1913, TNA, Cab 17/91, S. 1 f.

[128] Memorandum, 28. 2. 1913, TNA, Adm 116/4082.

[129] Protokoll, Press Committee, 28. 7. 1913, TNA, Defe 53/1.

[130] Protokoll, Press Committee, 27. 7. 1914, TNA, Defe 53/1.

ches Engagement der Militärspitzen, um auf ihre Bedeutung aufmerksam zu machen, war künftig nicht mehr notwendig.

3.2 Zwei Wege zur Informationssicherheit – Die prägende Wirkung der Medienbilder

In diesem Unterkapitel zeige ich in einem nach Kriegs- und Friedenszeiten unterteilten Überblick über die folgenden vier Jahrzehnte, dass die Lage der Informationssicherheit im Hinblick auf alle Medientypen von den Streitkräftespitzen tatsächlich nicht länger als krisenhaft wahrgenommen wurde. Sie war zu einer Routinefrage geworden, deren Details weitgehend Untergebenen überlassen werden konnten,[131] auch wenn sie weiterhin große Bedeutung für die Streitkräfte hatte. Ihre Umsetzung sorgte zwar gerade in Kriegen für Konflikte mit Medienvertretern und war besonders in Deutschland in Auseinandersetzungen mit der Politik eingebunden.[132] Letztlich stellten die Medien die Ansprüche der Streitkräfte aber zufrieden.

Zwei Grade von Zwang – Informationssicherheit im Ersten Weltkrieg

Im Ersten Weltkrieg wurde der Informationssicherheit nicht nur eine wesentlich höhere Bedeutung beigemessen als im Frieden zuvor, die intensive Beschäftigung mit den entsprechenden Medienstrategien und deren praktischer Umsetzung ließ auch die Unterschiede in den Herangehensweisen beider Länder klarer hervortreten.

Am 8. August 1914 wurde in Großbritannien der *Defence of the Realm Act* (DORA) vom Parlament verabschiedet und im Kriegsverlauf viermal erweitert. Auf seiner Basis wurden ab dem 12. August *Defence of the Realm Regulations* erlassen.[133] Nun verfügte Großbritannien über das lang ersehnte Gesetz für die Kontrolle unerwünschter Nachrichten in der Presse.[134] Um die Pressekontrolle praktisch zu etablieren, wurde ein ziviles Press Bureau von Churchill am 7. August im Parlament angekündigt und drei Tage darauf offiziell gegründet.[135] Es kooperier-

131 Vgl. Stephen Badsey, Introduction, in: ders. (Hrsg.), The Media and International Security, London 2000, S. XVII–XXXII, hier S. xxvii.

132 Siehe auch unten, Kapitel 5.1.

133 Altenhöner, Kommunikation, S. 45.

134 Hiley, Control, S. 84; Sanders und Taylor, Propaganda, S. 17; das Gesetz, Stand November 1914: http://www.nationalarchives.gov.uk/pathways/firstworldwar/first_world_war/p_defence.htm (zuletzt geprüft am 27. 8. 2012).

135 Hansard, House of Commons Debate, 7. 8. 1914, Bd. 65, Sp. 2153–2156, online unter http://hansard.millbanksystems.com/commons/1914/aug/07/mr-churchill-and-the-press#S5CV0065P0_19140807_HOC_84 (zuletzt geprüft am 27. 8. 2012). Siehe auch Cook, Press, S. 37 f; Hiley, Control, S. 76–78, 88; vgl., mit abweichendem Datum Haste, Propaganda, S. 30.

te mit den Streitkräften, wobei sich das War Office im Kriegsverlauf in seine Strukturen einfügte, während die als besonders streng geltende Admiralty ihre Zensur selbst verantwortete.[136] Für Telegramme und Kriegsberichterstatter-Meldungen war diese obligatorisch, während sonstige Artikel freiwillig eingereicht werden konnten, um von dem Schutz zu profitieren, den die Zensur vor strafrechtlicher Verfolgung bot.[137] Gezielt sollte der Eindruck politischer Zensur vermieden werden, obwohl bis 1915 Artikel unter außenpolitischen Gesichtspunkten geprüft wurden;[138] als diese Prüfungen endeten, klagten die Medienvertreter über die so entfallende „guidance".[139] Was geheim gehalten werden sollte, wurde der Presse im Kriegsverlauf – analog zur Vorkriegspraxis des Press Committee – in über 700 Schreiben mitgeteilt.[140] Letzteres trat im Krieg in den Hintergrund, blieb aber ein Forum für Militär und Medien.[141] Probleme mit dem Press Bureau, der Zensur oder den Kriegsberichterstatter-Regeln wurden hier diskutiert; allerdings waren Treffen ab 1915 selten.[142] Regelverstöße zogen primär Belehrungen, Verwarnungen oder Exportverbote nach sich. Gerichtsverfahren wurden selten angestrengt, da sie öffentlich waren und zusätzliche Aufmerksamkeit auf unerwünschte Meldungen gelenkt hätten.[143] Drastische Maßnahmen wie Zeitungsverbote blieben die Ausnahme, kamen aber vor. Besonders betroffen waren linke Blätter, insbesondere der *Labour Leader*. Der *Globe* wurde für zwei Wochen verboten, nachdem er fälschlich den Rücktritt des Secretary of State for War, Feldmarschall Horatio Herbert Kitchener, verkündet hatte.[144] Proteste gegen die Kontrollmaßnahmen gab es gerade zu Kriegsbeginn und in den Reihen der ‚Provinzpresse'. Diese klagte über das Press Bureau, das zunächst seine eigene Rolle finden musste.[145] Schon im August 1914 war im Parlament der Vorwurf laut geworden, die Büroleitung benehme sich wie preußisches Militär und die Zensur sei willkür-

[136] Siehe ALTENHÖNER, Kommunikation, S. 43–45, 63f.; REAR ADM. SIR DOUGLAS BROWNRIGG, Indiscretions of the Naval Censor, London 1920, S. 19; CHARLES EDWARD CALLWELL, Experiences of a Dug-Out 1914–1918, London 1921, S. 321; COOK, Press, S. 33–35, 45f., 69–71; LOVELACE, Control, S. 65, 71–75; STEED, Propaganda, S. 27. Hinsichtlich der nicht-pressebezogenen Kommunikationszensur agierte auch das War Office unabhängig, siehe SANDERS und TAYLOR, Propaganda, S. 26f.

[137] COOK, Press, S. 40–44; HASTE, Propaganda, S. 30; PALMER, D-Notice, S. 236; der Zensurstempel war ein Argument in Gerichtsverfahren, kein Schutz vor Strafverfolgung, SANDERS und TAYLOR, Propaganda, S. 27.

[138] COOK, Press, S. 28f.

[139] Aussage Sir Stephen Tallents' im Report on Work During Czechoslovak Emergency and Suggestions for Developing Organization, TNA, HO 45/23627.

[140] COOK, Press, S. 57–59, 135f.; LOVELACE, Control, S. 108. Zu den verschiedenen ‚Notice'-Typen siehe ALTENHÖNER, Kommunikation, S. 64; siehe auch unten, Fußnote 210.

[141] HILEY, Control, S. 88.

[142] Press Committee-Akten, 20. 8. 1914–12. 4. 1918, TNA, Defe 53/1; siehe auch LOVELACE, Control, S. 7.

[143] Siehe Schriftwechsel in TNA, HO 139/21; TNA, WO 32/4893; die im Krieg gegründete Royal Air Force teilte diese Ansicht, Notes on Procedure of Censorship of R.A.F., 8. 10. 1918, TNA, AIR 1/1164/204/5/2536.

[144] ALTENHÖNER, Kommunikation, S. 75–80; COOK, Press, S. 12, 82–85; HASTE, Propaganda, S. 31; LOVELACE, Control, S. 132–137; SANDERS und TAYLOR, Propaganda, S. 35.

[145] HILEY, Control, S. 89–92; LOVELACE, Control, S. 32, 79, 125f.

lich.[146] Im September wurde ein neuer Leiter ernannt. Er verbesserte das Verhältnis zur Presse, versuchte dann aber so vehement, seine Kompetenzen zu erweitern, dass Brade eine Meuterei der Medienvertreter fürchtete.[147] Erst unter den im Mai 1915 ernannten Direktoren Sir Edward Tyas Cook und Sir Frank Swettenham beruhigte sich die Lage – obwohl es weiterhin Reibungen gab.[148] Ein Kritikpunkt der Medien blieb, dass es nicht gelang, eine gleichmäßige Informationsversorgung der Zeitungen sicherzustellen – und dass zu sanft gegen Zensurbrecher vorgegangen wurde.[149]

Schwierig war der Kriegsbeginn auch für die Kriegsberichterstatter: Kitchener hatte die bestehenden Pläne verworfen.[150] Er versuchte, die Medienvertreter durch einen offiziellen *Eye-witness* zu ersetzen.[151] Erst nach Protesten wurden im Frühjahr 1915 Journalisten zugelassen. Die erste Gruppe traf am 12. Mai an der Westfront ein.[152] Doch auch als 1917 etwa 50 Berichterstatter an den britischen Fronten waren, waren dies deutlich weniger, als es die ursprünglichen Regeln vorgesehen hatten; zudem wurden sie in Pools zusammengefasst und streng überwacht.[153] Militärvertreter wie Macdonogh misstrauten den Journalisten in Frontnähe; diese wiederum waren unglücklich über die strenge Zensur. Wenn jedoch einzelne Berichterstatter aus Protest abreisten, füllten ihre Arbeitgeber die Pools wieder auf.[154] Unter General Douglas Haig als Oberbefehlshaber der British Expeditionary Force (BEF) besserte sich die Lage etwas: Er setzte auf Kooperation als Basis für Kontrolle und zwischen Berichterstattern und Stabsoffizieren entstanden Vertrauensbeziehungen.[155] Diese Methode war erfolgreich.[156] Die für die Medienarbeit des War Office zuständige Sektion 7 der Abteilung für Military Intelligence (MI7) urteilte zwei Jahre nach dem Krieg:

> It may be remarked here that a steady improvement in the conduct of the Press can be observed as the newspapers realized that the restrictions imposed by Military Press Control were dictated […] by the absolute exigencies of the national defence. This progress continued, and it is a curious but indisputable fact that the voluntary censorship of this country functioned more efficiently than the compulsory censorship of our Allies.[157]

[146] Lovelace, Control, S. 42f.; siehe auch Hiley, Control, S. 111.
[147] Hiley, Control, S. 131f.; Lovelace, Control, S. 45, 130f.
[148] Siehe Lovelace, Control, S. 62–64.
[149] Cook, Press, S. 82; siehe darüber hinaus Altenhöner, Kommunikation, S. 65.
[150] Hiley, Control, S. 93–99; siehe auch unten, Kapitel 4.1.
[151] Ernest Dunlop Swinton, Eyewitness. Being Personal Reminiscences of Certain Phases of the Great War, Including the Genesis of the Tank, New York 1932, S. 18–20.
[152] Für Verhandlungen und Zwischenschritte, namentlich geführte Front-Touren, siehe Protokolle, Press Committee, 18. 12. 1914 und 5. 3. 1915, für Kommentare zur Zulassung 27. 4. 1915, TNA, Defe 53/1; Hiley, Control, S. 134–149; siehe auch Sanders und Taylor, Propaganda, S. 50f.
[153] Für 1917 siehe Lytton, Press, S. XI; die ursprünglichen Planungen finden sich im War Office War Book, 10. 1. 1913, TNA, WO 32/5967, S. 57; ferner Hiley, Control, S. 93f.
[154] Hiley, Control, S. 154–157, 159–161, zur besonderen Situation auf den Dardanellen, S. 161–188.
[155] Ebd., S. 194–196, 217–230.
[156] Callwell, Dug-Out, S. 326f.; John Charteris, At G.H.Q., London 1931, S. 144; Cockerill, Fools, S. 39; Lovelace, Control, S. 31.
[157] Denkschrift von 1920: Military Press Control. A History of the Work of M.I. 7. 1914–1919, TNA, WO 106/6399 (MI7 History), S. 6f.

Selbst die Versuche eines Kriegsberichterstatters, den kommandierenden General bei den Dardanellen zu diskreditieren, wurden im Nachhinein lakonisch betrachtet. Der Journalist Ellis „Ashmead-Bartlett […] was eventually recalled.“[158] Konteradmiral Douglas Brownrigg, der Marine-Chefzensor, schilderte nach dem Krieg, dass er Freunde unter den Journalisten gefunden hätte – von Klagen über Unzuverlässigkeit keine Spur.[159] Stattdessen betonte er die Loyalität der Presse.[160] Das War Office äußerte sich noch 1923 zufrieden mit dem System, und das CID wollte es für künftige Kriege beibehalten.[161]

In Deutschland wurde mit der Mobilmachung am 1. August das vorbereitete Merkblatt an die Presse ausgegeben.[162] Zudem wurde außerhalb Bayerns, das über eigene Gesetze verfügte, das preußische *Gesetz über den Belagerungszustand* von 1851 in Kraft gesetzt, das die Exekutivgewalt auf 57 Militärbefehlshaber übertrug, die sich allein gegenüber dem Kaiser verantworten mussten.[163] Sie waren auch für die Informationssicherheit zuständig. Die praktische Zensur delegierten sie in der Regel an Garnisonen oder Polizeidienststellen; keine Redaktion wurde ausgelassen.[164] Dementsprechend war die Zensur gerade zu Kriegsbeginn äußerst widersprüchlich und willkürlich, obwohl bereits im Oktober 1914 auf Anregung des VDZ hin ein beratender Ausschuss der Medienspezialisten der Militärführung entstand (aus dem die Marine bald verdrängt wurde).[165] Aber auch als diese Oberzen-

[158] MI7 History, S. 8 f.; für eine Untersuchung dieser Episode im Hinblick auf das Kriegsberichterstatter-Selbstbild als Kritiker siehe UTE DANIEL, Der Gallipoli-Effekt oder: zum Wandel des Kriegsberichterstatters vom Augenzeugen zum Aufklärer, in: Daniela Münkel (Hrsg.), Geschichte als Experiment. Studien zu Politik, Kultur und Alltag im 19. und 20. Jahrhundert, Frankfurt am Main 2004, S. 181–193.

[159] BROWNRIGG, Indiscretions, S. vii f., 280–285.

[160] Ebd., S. 108–117.

[161] Protokolle, Press Committee, 26. 11. 1920, TNA, Defe 53/1, sowie 9. 2. 1923 und 12. 10. 1923, TNA, Adm 116/4082; LOVELACE, Control, S. 208.

[162] DEIST (Hrsg.), Innenpolitik 1, S. xxxi–xxxix; siehe auch CREUTZ, Pressepolitik, S. 43–46; EISERMANN, Pressephotographie, S. 46–48; MURAWSKI, Wehrmachtbericht, S. 17; das Merkblatt für die Presse vom 1. 8. 1914 ist wiedergegeben in DEIST (Hrsg.), Innenpolitik 1, S. 63–65; am Vortag hatte der Reichskanzler Hinweise zur Informationssicherheit bekannt gemacht, Tätigkeitsbericht, 2864/P., 31. 8. 1918, HSAD 11348/3168, S. 4; ferner WELCH, Omission, S. 31.

[163] Vgl. zu diesem Punkt DEIST (Hrsg.), Innenpolitik 1, S. xxxiii f.; ders.: Zensur, S. 154 f.; BECKER und KRUMEICH, Krieg, S. 92 f.

[164] DEIST, Zensur, S. 156; siehe auch DEIST (Hrsg.), Innenpolitik 2, S. 1411 f.; vgl. Auszug aus den Aufzeichnungen über die Besprechung der Leiter der Zensurstellen. Ausführungen des Chefs der Nachrichtenabteilung des Generalstabes des Feldheeres über die Aufgaben der Zensur und ihr Verhältnis zur Presse, 16. 10. 1917, Nr. 30966 O.Z., wiedergegeben in DEIST (Hrsg.), Innenpolitik 1, S. 173–175.

[165] CREUTZ, Pressepolitik, S. 47; siehe auch ALTENHÖNER, Control, S. 61, der die Initiative dem Generalstab zuspricht; ferner ALTENHÖNER, Kommunikation, S. 54; Schreiben des Chefs des stellvertretenden Generalstabs an das Reichsmarineamt zu diesem Thema, 3. 10. 1914, wiedergegeben in DEIST (Hrsg.), Innenpolitik 1, S. 73–75; zur Verdrängung der Marine mündlicher Bericht Löhleins, 30. 5. 1916, BAMA, RM 5/3736, Bl. 25 f.; ab Oktober gab es Regeln für die Bildzensur, die laufend ergänzt und 1917 überarbeitet wurden, OPPELT, Film, S. 102; BERND WEISE, Fotojournalismus. Erster Weltkrieg – Weimarer Republik, in: Deutsche Fotografie. Macht eines Mediums 1870–1970, hrsg. v. Kunst- und Ausstellungshalle der Bundesrepublik Deutschland. In Zusammenarbeit mit Klaus Honnef, Rolf Sachsse und Karin Thomas, Bonn 1997, S. 72–87, hier S. 73 f.

surstelle (OZ) im Februar 1915 offiziell ihre Arbeit aufnahm, half sie nur begrenzt, da sie gegenüber den verschiedenen Zensurstellen nicht weisungsbefugt war. Sie konnte also nur vereinheitlichend wirken, wenn sich die Militärbefehlshaber freiwillig an ihre Anweisungen hielten. Dies geschah weitgehend ab 1916 unter der dritten OHL, die sich sehr für Medienfragen interessierte.[166] Beschnitten wurde die Macht der Militärbefehlshaber erst am 16. Oktober 1918, als der zunächst als Beschwerdestelle gedachte Obermilitärbefehlshaber (der preußische Kriegsminister) ihnen gegenüber gemeinsam mit dem Reichskanzler Weisungsbefugnis erhielt.[167]

Was geheim bleiben sollte, wurde den Medien von Kriegsbeginn an durch die Zensurstellen mitgeteilt. Dies waren die Forderungen des Merkblattes und seiner Ergänzungen sowie Anweisungen der OZ. In Zensurbüchern wurden die mehreren Tausend Regeln 1917 und 1918 zusammengefasst.[168] Zudem wurden in Berlin ab dem 3. August 1914 regelmäßige Besprechungen mit über 100 deutschen Medienvertretern abgehalten, auf denen Fragen der Informationssicherheit erläutert wurden.[169] Für militärische Themen (zu den wechselnden Inhalten dieser Kategorie siehe auch Kapitel fünf) bestand bis in den November 1918 eine Vorzensur.[170] Im Kriegsverlauf wurde sie zudem auf innen- wie außenpolitische Themen ausgeweitet – auch auf Wunsch ziviler Regierungsstellen oder der Höfe.[171] Die bei Verstößen möglichen Strafmaßnahmen waren, für das starke Auftreten des Staats in Deutschland typisch, weit gefasst. Drastische Maßnahmen wie Verhaftungen oder Zeitungsverbote kamen häufig vor, gerade bei linken Blättern; 174 verschiedene Zeitungen waren laut Florian Altenhöner bis in den Mai 1918 zumindest zeitweise verboten worden, darunter 59 SPD-Blätter.[172] Aus Sicht der dritten OHL

[166] Creutz, Pressepolitik, S. 48; Deist (Hrsg.), Innenpolitik 1, S. ilf.; für Aufbau und Anweisungen der OZ siehe Organisationsentwurf des Kriegspresseamts aus dem September 1915, wiedergegeben in Deist (Hrsg.), Innenpolitik 1, S. 104–107; Nicolai, Nachrichtendienst, S. 73–85; Welch, Omission, S. 35f.

[167] Nachtrag zu Tätigkeitsbericht 2864/P., 21. 12. 1918, HSAD, 11348/3168, S. 1; Creutz, Pressepolitik, S. 49; zu vorherigen Kompetenzen siehe Reichsamt des Innern, I M 5021, 9. 9. 1917, BA, R 43/5130, Bl. 53–57; Reichsamt des Innern I M 3354, 18. 10. 1918, wiedergegeben in Deist (Hrsg.), Innenpolitik 1, S. 57–59; Vogel, Organisation, S. 27f.; weiterhin: Verordnung zur Ausführung des Gesetzes über den Kriegszustand, 4. 12. 1916, wiedergegeben in Deist (Hrsg.), Innenpolitik 1, S. 51–53; vgl. ebd., S. 82, Fußnote 3.

[168] Tätigkeitsbericht 2864/P., 31. 8. 1918, HSAD, 11348/3168, S. 4f.; siehe auch Cornelissen, Militärzensur, S. 38f.

[169] Creutz, Pressepolitik, S. 52–56, 66f., 122–127; Mühsam, Belogen, S. 63f.; Wilke, Presseanweisungen, S. 16–107; siehe auch Bestimmung über die Verwertung der in den Pressekonferenzen gegebenen Informationen, 17. 10. 1914, wiedergegeben in Deist (Hrsg.), Innenpolitik 1, S. 76–78.

[170] Auch nach einer Einschränkung der Zensurbefugnisse vom 2. 11. 1918, Nachtrag zum Tätigkeitsbericht 2864/P., 21. 12. 1918, HSAD, 11348/3168, S. 2f.; zum Verfahren der Vorzensur Demm, Ostpolitik, S. 54.

[171] Mühsam, Belogen, S. 21, 129–131; siehe auch Erlass des preußischen Ministers des Innern, 1. 12. 1916, wiedergegeben in Deist (Hrsg.), Innenpolitik 1, S. 141–145.

[172] Altenhöner, Kommunikation, S. 84; Verhey schlüsselt die Verbote nach beispielhaften Ausrichtungen der Zeitungen auf, nennt dabei aber eine geringere Gesamtzahl, Verhey, Spirit, S. 142–146; siehe auch: Eisermann, Pressephotographie, S. 57. Das heißt wohlgemerkt nicht, dass linke Blätter pauschal abgelehnt wurden, Groener riet beispielsweise seiner Frau drin-

war dies gerechtfertigt: „Ein mehrwöchiges Verbot ist noch eine milde Strafe für den unter Umständen angerichteten Schaden."[173] Zwar setzten sich auch Militärvertreter dafür ein, die Auflagen zu lockern; schon im August 1914 wurden Exportverbote für Zeitungen entschärft, da diese Versuche behinderten, das neutrale Ausland zu beeinflussen.[174] Im März 1915 riet Moltke, inzwischen Chef des stellvertretenden Generalstabs, von Zeitungsverboten abzusehen, da diese die Beziehungen zu den Medien belasteten und unsinnig seien; die Informationssicherheit sollte durch Belehrungen erreicht werden.[175] Im November 1917 teilte Kriegsminister Stein diese Einschätzung.[176] Dennoch klagten Medienvertreter beinahe von Kriegsbeginn an über die zu strenge Zensur, ihre mangelnde Geschwindigkeit und Ungleichheit.[177] Unterstützung suchten und fanden sie häufig bei Parlamentariern. Der Reichsverband der deutschen Presse beklagte im Januar 1915 das mangelnde Verständnis des Militärs für die Medien.[178] Ab Ende 1915 häuften sich Zensurdebatten im Reichstag.[179] Insbesondere die Zensur, die über die militärische Informationssicherheit hinausging, wurde angegriffen.[180] Lange versuchten gerade die Reichstagsfraktionen der SPD und der liberalen Fortschrittlichen Volkspartei, die Medienkontrolle durch das Militär zu brechen. Allerdings erlaubten auch scheinbare Liberalisierungen wie eine bedingte Freigabe der Diskussionen über Kriegsziele im Herbst 1916 dem Militär weiterhin, stärker gegen linke Positionen vorzugehen als gegen ‚nationale' Meinungen.[181] Erst als zivile Stellen im Oktober 1918

gend, neben den rechten auch diese zu lesen, Groener an seine Frau, 22. 10. 1918, wiedergegeben in Groener, Lebenserinnerungen, S. 572. Zu Verhaftungen unliebiger Journalisten siehe Zimmer-Wagner, Wolff, S. 96.

[173] Kriegspresseamt 17973 O.Z., 13. 1. 1917, BayHStA, StvGenKdoIAK 1709. Der Journalist Mühsam meinte, ‚seiner' Zeitung seien im Schnitt täglich fünf Artikel gestrichen worden, Mühsam, Belogen, S. 159 f. Die Presseabteilung des sächsischen Kriegsministeriums rühmte sich 1918, keine Verbote benötigt zu haben, siehe Tätigkeitsbericht 2864/P., 31. 8. 1918, HSAD, 11348/3168, S. 15.

[174] Schreiben des stellvertretenden Generalstabs, 19. 8. 1914, BayHStA, MKr 13857.

[175] Schreiben Moltkes, 26. 3. 1915, Nr. 5596 Pr., wiedergegeben in Deist (Hrsg.), Innenpolitik 1, S. 91 f.; siehe auch Creutz, Pressepolitik, S. 71.

[176] Verfügung des Obermilitärbefehlshabers 1409/10.17 Z 3, 18. 11. 1917, wiedergegeben in Deist (Hrsg.), Innenpolitik 1, S. 176–178.

[177] Zusammengefasst bei Knesebeck, Wahrheit, S. 61 f.; bei Kriegsbeginn waren die meisten der 4000 regelmäßigen Zeitungen noch äußerst kooperationsbereit gewesen, siehe Cornelissen, Militärzensur, S. 40–42.

[178] Deist (Hrsg.), Innenpolitik 1, S. 89, Fußnote 6.

[179] Creutz, Pressepolitik, S. 122–136, 143–146; Koszyk, Deutelmoser, S. 518; Koszyk, Pressepolitik, S. 170–185; Mühsam, Belogen, S. 16, 20; auch zu Auseinandersetzungen ab Winter 1914/1915 Welch, Omission, S. 35 f.; Zimmer-Wagner, Wolff, S. 116–118, 164–167; die Marine-Medienspezialisten um Boy-Ed versuchten derzeit, sich von der Zensur zu distanzieren, um das Ansehen der Marine zu schützen: Meldung des Chefs der Presseabteilung des Admiralstabes, 31. 5. 1916, wiedergegeben in Deist (Hrsg.), Innenpolitik 1, S. 376–378.

[180] Beispielsweise Beschwerde des Reichsverbandes beim Reichskanzler im Mai 1916, siehe Pressenotiz, BAMA, PH 2/17, Bl. 298; Creutz, Pressepolitik, S. 143; Wilke, Presseanweisungen, S. 93 f. Zur Problematik, im totaler werdenden Krieg zwischen Informationssicherheit und politischer Zensur zu unterscheiden siehe z. B. Nicolai, Nachrichtendienst, S. 30 f.

[181] Theobald von Bethmann Hollweg, Während des Krieges (Betrachtungen zum Weltkriege, Bd. 2), Berlin 1921, S. 41; Cornelissen, Militärzensur, S. 37 f.; Koszyk, Pressepolitik, S. 37,

angesichts der deutschen Niederlage die Medienarbeit unter ihre Kontrolle brachten, wurde die Lage besser. Am 2. November 1918 wurde die Zensur auf den akzeptierten Bereich der operativen Informationssicherheit eingegrenzt.[182]

Grundsätzlich zu diesem Bereich operativer Informationssicherheit zählten die Kriegsberichterstatter. In Deutschland wurden sie den vorbereiteten Regeln entsprechend beim Heer eingesetzt, die zuletzt 1912 überarbeitet und bei den Kaisermanövern zur Zufriedenheit der Streitkräfte getestet worden waren.[183] Bereits am 20. August 1914 durften die ersten Journalisten ins Kriegsgebiet reisen.[184] Die vom Militär als zuverlässig eingestuften Personen wurden in zwei zentralen Quartieren im Osten und Westen untergebracht.[185] Sie agierten innerhalb dieser Pools und standen vor allem mit Stabsoffizieren in Verbindung.[186] Ihre Berichte wurden zensiert, sie selbst als Sicherheitsrisiken streng beobachtet.[187] Dennoch schätzte das Militär ihre Rolle in der Informationsausgabe von der Front.[188] Letztlich konnte es sich darauf verlassen, dass sie seine Anforderungen an die Informationssicherheit einhielten – ebenso wie die übrigen Medienvertreter. Schon im November 1914 hatte sich der stellvertretende preußische Kriegsminister Generalleutnant Franz Gustav von Wandel an Falkenhayns Stelle zufrieden über die Kooperation der Medien geäußert.[189] Diese Bewertung blieb über den Krieg hinweg bestehen. Am 1. Juli 1915 teilte das stellvertretende Generalkommando des XIII. A.K. dem stellvertretenden Generalstab in Berlin Entsprechendes mit.[190] Das Kriegspresseamt äußerte seine Zufriedenheit mit der gesamten deutschen Presse wenige Monate später.[191] Nach dem Krieg befand selbst Nicolai, dass die Presse „das rein militärische Geheimnis" gut gewahrt habe.[192]

40 f., 146 f., 171 f.; Mühsam, Belogen, S. 89 f.; siehe auch Reichskanzler, Reichsamt des Innern, I M 5021, 9. 9. 1917, BA, R 43/5130, Bl. 53–57, wo abweichend der 28. 11. genannt wird, während das Verbot gehässiger Formulierungen hier auf den 1. 8. 1916 datiert wird.

182 Nachtrag zum Tätigkeitsbericht 2864/P, 21. 12. 1918, HSAD, 11348/3168, S. 2; Creutz, Pressepolitik, S. 124; Koszyk, Pressepolitik, S. 57, 172; Mühsam, Belogen, S. 124; Vogel Organisation, S. 59–61.

183 Altenhöner, Kommunikation, S. 34; Gempp, Nachrichtendienst, Bd. 1, Bl. 132–134; Nicolai, Nachrichtendienst, S. 58; Anordnung, 16. 2. 1914, BAMA, PH 3/444, Bl. 146.

184 Stv. Großer GS, IIIb 5884 an MKr, 20. 8. 1914, BayHStA, MKr 13857.

185 Almut Lindner-Wirsching, Patrioten im Pool. Deutsche und französische Kriegsberichterstatter im Ersten Weltkrieg, in: Ute Daniel (Hrsg.), Augenzeugen. Kriegsberichterstattung vom 18. zum 21. Jahrhundert, Göttingen 2006, S. 113–140, hier S. 118.

186 Durchaus mit dem *embedded journalism* vergleichbar, siehe Cornelissen, Militärzensur, S. 35.

187 Creutz, Pressepolitik, S. 113 f.; Lindner-Wirsching, Patrioten, S. 120–122; Schröder, Kriegsbericht, S. 20.

188 Vgl. Schreiben des Generalstabschefs der Heeresgruppe Deutscher Kronprinz, 15. 8. 1917, GLAK, 456 F1/412.

189 Ergänzung des Merkblattes für die Presse mit Begleitschreiben, in Vertretung Falkenhayns gezeichnet durch Wandel, 9. 11. 1914, wiedergegeben in Deist (Hrsg.), Innenpolitik 1, S. 81–83.

190 Bericht, Stuttgart IId. 36944, 1. 7. 1915, wiedergegeben in Deist (Hrsg.), Innenpolitik 1, S. 98–101.

191 Schreiben des Kriegspresseamts, 6. 11. 1915, wiedergegeben in Deist (Hrsg.), Innenpolitik 1, S. 107–110.

192 Nicolai, Nachrichtendienst, S. 43.

Wie das britische, so war also auch das deutsche Militär mit der erreichten Informationssicherheit im Ersten Weltkrieg zufrieden, auch in den letzten Tagen des Friedens und den ersten Kriegswochen. In der Phase also, die in den Jahren zuvor als kritisch gegolten hatte. Allen Klagen zum Trotz hatten die Medien die Ansprüche des Militärs respektiert. Allerdings verbargen sie dabei in beiden Ländern die Lebenswirklichkeit an der Front vor der zivilen Bevölkerung. Als dies später bekannt wurde, kostete es sie Reputation.[193] Der wesentliche Unterschied zwischen beiden Streitkräften lag in der Art und Weise, wie sie ihr Ziel erreichten: Wo das britische Militär vergleichsweise zurückhaltend mit seinen Machtmitteln umging, wurden diese in Deutschland umfassend eingesetzt.[194] Ähnlich dagegen war, dass in beiden Ländern gerade linke Medien vom Militär streng behandelt wurden. Die Gemeinsamkeiten und Unterschiede traten in der Zwischenkriegszeit noch deutlicher zu Tage.

Zwei Lehren aus einem Krieg – Informationssicherheit in der Zwischenkriegszeit

In den zwei Jahrzehnten bis zum Zweiten Weltkrieg ähnelte sich die Haltung beider Streitkräfte zur Informationssicherheit insoweit, als diese angesichts der Weltkriegserfahrungen als gelöstes Problem galt. Der Krieg hatte sich als ein Katalysator für die Implementierung der zuvor entwickelten Lösungsansätze für die Krise der Informationssicherheit erwiesen. Wenn letztere doch einmal bedroht schien, dann nur sehr kurzfristig.

Mit dem Ende der Kampfhandlungen wurde die Zensur in Großbritannien eingestellt und das Press Bureau abgewickelt.[195] Als die britische Marine ihre Zensur am Mittag des 20. November 1918 beendete, teilte Brownrigg den Medienvertretern mit, sie könnten nun zu ihrer „pre-war practice“ zurückkehren.[196] Die Militärvertreter akzeptierten die Umstellung, auch wenn nicht alle sie gern sahen. Der Deputy Director of Air Intelligence, Oberst E. Davidson, informierte am 5. Dezember Generalmajor Sir John Maitland Salmond, Frontkommandeur der Royal Air Force (RAF), dass Presseberichte über einzelne Piloten nicht mehr verhindert werden könnten. Man müsse sich ganz auf die eigene Verschwiegenheit verlassen.[197]

[193] Für Deutschland siehe Mühsam, Belogen, S. 9–19, 21–24; Creutz, Pressepolitik, S. ixf.; Becker und Krumeich, Krieg, S. 95, unter Verweis auf Ute Daniel, Arbeiterfrauen in der Kriegsgesellschaft. Beruf, Familie und Politik im Ersten Weltkrieg, Göttingen 1989, hier S. 240f.; siehe auch Pressebesprechung, 4. 10. 1918, auszugsweise wiedergegeben in Deist (Hrsg.), Innenpolitik 2, S. 1300–1305. Für Großbritannien siehe Fussell, Memory, S. 87f., 101f., 174, 316; Haste, Propaganda, S. 31 (und, für einen entsprechenden Vorwurf an die Propaganda, S. 200f.); Lovelace, Control, S. 25f., 188–199.

[194] Das britische Militär sah 1919 hierin einen Grund für das gute Funktionieren des eigenen Systems, Palmer, D-Notice, S. 237.

[195] Cook, Press, S. 68.

[196] Admiralty an Colonial Office, 22. 11. 1918 mit der Bitte, auch die Kolonien zu informieren, TNA, CO 323/772, S. 623f.; Brownrigg, Indiscretions, S. 58.

[197] Davidson an Salmond, 5. 12. 1918, TNA, Air 1/1164/204/5/2536, sowie Anfrage vom 1. 12. 1918, ebd.

Diese wurde allerdings durch eine Nebenwirkung des Koalitionskrieges beeinträchtigt: Die USA wollten im Januar 1919 Informationen über die chemische Kriegführung ausgeben, die in Großbritannien als Geheimsache galten. Durch Verhandlungen gelang es dem britischen Militär allerdings, spezifisch britische Erkenntnisse unter Verschluss zu halten. Der Erfolg war jedoch befristet: Zwei Monate später mussten auch hier Veröffentlichungen zugelassen werden. Die Wissenschaftler wollten ihre Ergebnisse publizieren und drohten, in zivile Beschäftigungen abzuwandern.[198] Von derartigen Zwischenfällen abgesehen kehrte die Routine der späten Vorkriegszeit zurück. Das Press Committee nahm seine Arbeit wieder auf und wurde erweitert, zunächst indem die RAF aufgenommen wurde.[199] Zufrieden blickten die Mitglieder des Komitees auch auf die Karriere des Geheimhaltungssystems im Krieg zurück: Im Kriegsverlauf waren 749 Geheimhaltungsaufforderungen an zunächst 500, bei Kriegsende über 1500 Empfänger ausgegeben und in aller Regel befolgt worden. Der Zeitungsbesitzer und Vertraute Lloyd Georges, Sir George Riddell, betonte, das Komitee habe seinen Wert für die Nation bewiesen. Er kritisierte allein, dass die Meinung der Medienvertreter über das Zensursystem nicht vorab eingeholt und dass das Komitee im Krieg kaum konsultiert worden war. Dies sollte in künftigen Kriegen nicht mehr geschehen. Das CID stimmte dieser Ansicht später zu.[200] Medien- und Streitkräftevertreter waren mit der kooperativen Arbeit an der Informationssicherheit zufrieden und schätzten das Komitee als gemeinsames Forum.[201] Das War Office betonte auch die Kooperation mit den Kriegsberichterstattern als Beitrag zum gegenseitigen Verständnis.[202] Als sich 1938 das zwei Jahre zuvor gegründete Joint Intelligence Committee (JIC) mit den Anforderungen an die Informationssicherheit auseinandersetzte,[203] benannte es inoffizielle Informationsausgabe seitens der Streitkräfteministerien und Veröffentlichungen ehemaliger Offiziere als Problem, nicht Veröffentlichungen in den Medien. Anstatt die Presse verantwortlich zu machen, müssten die Streitkräfte „put their own houses in order."[204] Medienvertreter waren also von einer Gefahr für die Informationssicherheit zu einem funktionierenden Teil der für sie zuständigen Strukturen geworden.

Immer wieder finden sich Beispiele für die Kooperation zwischen Militär und Medien auf Augenhöhe. In den frühen Nachkriegsjahren überlegten die Streitkräfte, die Arbeit des Press Committee über Fragen operativer Sicherheit hinaus

198 Siehe vor allem Schreiben an Deputy Chief of the Imperial General Staff, 31.1.1919, TNA, WO 32/5181; dessen Schreiben an Secretary of State for War, 5.3.1919, TNA, WO 32/5182.

199 Beachte beispielsweise Press Committee, Protokoll, 31.7.1919, TNA, Defe 53/1.

200 Press Committee, Protokoll, 22.7.1919, TNA, Defe 53/1; CID, 170. Sitzung, 8.3.1923, TNA, Cab 2/3.

201 Press Committee, Protokoll, 28.11.1919 und 14.5.1920, TNA, Defe 53/1.

202 Press Committee, Protokoll, 26.11.1920, TNA, Defe 53/1; ferner Protokolle, 9.2.1923 und 12.10.1923, TNA, Adm 116/4082.

203 Zur Gründung des JIC 1936 als Erweiterung des Sub-Committee on Industrial Intelligence in Foreign Countries auf Vorschlag des War Office von 1935 hin siehe Anhang zur Notiz, 4.1.1974, TNA, Cab 56/7.

204 JIC, 15. Sitzung, 25.4.1938, TNA, Cab 56/1.

auszudehnen; die Medienvertreter lehnten dies jedoch ab.[205] Das CID beugte sich ihrem Einspruch, denn die Kooperation sollte nicht gefährdet werden.[206] Auch eine territoriale Ausweitung des Komitees über Großbritannien hinaus wurde verworfen.[207] Die Medien erlaubten den Streitkräften aber, für geheime Technologien Sperrlisten zu verschicken, um nicht jede Neuentwicklung einzeln kommunizieren zu müssen.[208] Zwischen 1923 und 1934 trat das Komitee nicht mehr zusammen; dennoch funktionierte die Maschinerie weiter.[209] Das Sekretariat verschickte die nach einem Mitarbeiter des War Office ‚Parkers' getauften Geheimhaltungsnotizen, die nach der kriegszeitlichen Nomenklatur des Press Bureau auch *D-Notices* hießen.[210] Anfang der 1930er Jahre war die Existenz des Komitees bei den Streitkräftespitzen sogar in Vergessenheit geraten: Nachdem die Presse im November 1931 über geheime Tests von Admiralty und Air Ministry berichtet hatte, regte der DNI, Konteradmiral Cecil Vivian Usborne, eine Diskussion darüber an, wie solche Artikel vermieden werden könnten. Sie endete, als der Assistant Secretary der Admiralty, Oswyn Murray, auf das Press Committee hinwies, das niemand über die Tests informiert hatte.[211] Um solche Fehler künftig zu vermeiden, wurden von da an die Abteilungschefs der Admiralty jährlich über das Komitee informiert. Amtsinhaber mussten ihre Nachfolger darüber aufklären.[212] Das Wissen um die Existenz des Press Committee sollte letztlich verhindern, dass die Spitzen der Teilstreitkräfte Krisen auf dem Gebiet der Informationssicherheit ausmachten. Usbornes Nachfolger, Konteradmiral Sir Gerald Charles Dickens, stellte im Sommer 1932 sicher, dass die eigene Press Section routinemäßig über Geheimhaltungsbitten informiert wurde, damit sie diese nicht versehentlich unterlief.[213] Das Air Ministry sorgte sich unterdessen um die Vertrauenswürdigkeit der inzwischen 1700 Empfänger der *D-Notices*.[214] Mit dem Rückhalt der anderen Teilstreitkräfte prüfte Charles Pennycook Robertson, Leiter der Press Section des Air Ministry, die Liste.[215] Seinen Vorschlag, künftig nur noch die Medien zu informieren, die mit einem Thema überhaupt in Kontakt kommen konnten, lehnte das Komitee jedoch ab, da so Misstrauen entstehen könnte. Stattdessen sollte das System allen neuen Empfängern erklärt und seine Vertraulichkeit betont werden.[216] Das ver-

[205] Press Committee, Protokoll, 7. 7. 1922, TNA, Defe 53/1.
[206] CID, 170. Sitzung, 8. 3. 1923, TNA, Cab 2/3.
[207] Press Committee, Protokoll, 7. 7. 1922, TNA, Defe 53/1.
[208] Press Committee, Protokoll, 9. 2. 1923 und 12. 10. 1923, TNA, Adm 116/4082.
[209] Press Committee, Protokoll, 27. 7. 1934, TNA, Defe 53/1.
[210] Schreiben Robertsons, 18. 10. 1932, TNA, Adm 116/4082 und Anhang zum Press Committee am Schreiben Robertsons im Service Press Officers Committee, 31. 7. 1939, TNA, Air 2/1974.
[211] Murray an Deputy Chief of the Naval Staff, 21. 12. 1931, TNA, Adm 116/4082.
[212] Notiz unter dem Schreiben vom 21. 12. 1931 und Rundschreiben, 11. 1. 1932, TNA, Adm 116/4082; diese Informationen wurden jährlich wiederholt, z. B. am 15. 2. 1938, TNA, Adm 116/4082.
[213] Schriftwechsel zwischen Murray und Dickens, Juli bis November 1932, TNA, Adm 116/4082.
[214] Schreiben an Murray, 14. 9. 1932, Adm 116/4082.
[215] Schreiben Robertsons, 18. 10. 1932, TNA, Adm 116/4082.
[216] Schriftwechsel zwischen den Press Committee-Mitgliedern, Oktober 1932 bis Januar 1933, TNA, Adm 116/4082; in den folgenden Jahren wurde die Anzahl der Empfänger insgesamt

trauensbasierte Verfahren funktionierte gut – sieht man davon ab, dass das System im Sommer 1934 in einem Zeitungsartikel kritisiert wurde, woraufhin eine *D-Notice* ausgegeben werden musste, die erklärte, dass das Komitee keine PR-Abteilung der Streitkräfte, sondern ein gemeinsames, geheimes Gremium im Dienste der Sicherheit sei.[217] Nach diesem Zwischenfall kam es erst 1939 wieder zu einem weiteren Treffen, auf dem die Mitglieder besprachen, wie im Kriegsfall die eigenen Aufgaben an das geplante Ministry of Information (MoI) übergeben werden sollten.[218]

Ebenso wie die Informationssicherheit im Frieden stand auch die Planung für das Vorgehen im Fall neuer Kriege im Zeichen erfahrungsbasierter Routiniertheit. Ab 1922 diskutierten die Streitkräfte gemeinsam mit zivilen Regierungsvertretern im Standing Sub-Committee on the Co-ordination of Departmental Action on the Outbreak of War des CID.[219] Unter Mitwirkung von Swettenham und anderen, die im Krieg mit der Informationssicherheit befasst gewesen waren, beschloss das Komitee, dass auch künftig die etablierten Verfahren angewendet werden sollten – freilich an technologische Veränderungen angepasst, wofür ein eigenes Gremium entstand.[220] Das CID Standing Inter-Departmental Committee on Censorship (SCC) nahm 1924 seine Arbeit auf. Auch hier kooperierten Streitkräfte, zivile Regierung und designierte Zensoren, darunter Swettenham.[221] In jährlichen Berichten hielten sie die Vorbereitungen auf einen neuen Krieg aktuell, auf Wunsch der Treasury wurden auch eingeschränkte Maßnahmen für begrenzte Konflikte vorbereitet.[222] Die Erfahrung des gewonnenen Ersten Weltkriegs verlieh den britischen Streitkräften sichtlich Ruhe. Das Komitee urteilte 1926, „that, as a result of experience gained during the war, censorship preparations are already further advanced than those which existed in 1914."[223] Im selben Jahr wurden auch neue Regeln für Kriegsberichterstatter formuliert; 1935 wurden sie von der RAF noch einmal bearbeitet – diese Dokumente gingen jedoch verloren. Erst auf einer Konferenz am 31. August 1939 sprachen die Teilstreitkräfte wieder über den Umgang mit Kriegsberichterstattern. War Office und Air Ministry einigten sich auf gemeinsame Verfahrensweisen, die weitgehend den Regeln von 1926 entspra-

reduziert, siehe Anhang zum Press Committee am Schreiben Robertsons im Service Press Officers Committee, 31. 7. 1939, TNA, Air 2/1974 und Notiz, 26. 1. 1937, ebd.

[217] Press Committee, Protokoll, 27. 7. 1934, TNA, Defe 53/1.

[218] Press Committee, Protokoll, 19. 5. 1939, TNA, Defe 53/1; auf Wunsch der Presseoffiziere der Teilstreitkräfte sollte das Komitee weiterhin bestehen, Service Press Officers Committee, 23. 6. 1938, TNA, Air 2/1974.

[219] Censorship-Interim Report of Sub-Committee, August 1922, TNA, Cab 4/10, 433.

[220] Censorship-Report of Sub-Committee, 27. 6. 1923, TNA, Cab 4/10, 434.

[221] SCC 1, 12. 3. 1924, TNA, Cab 49/3.

[222] SCC 4, 31. 3. 1924, TNA, Cab 49/3; Protokoll des ersten Treffens, 21. 5. 1924, TNA, Cab 49/1; siehe auch die früheren Vorgaben in CID 368B, 16. 10. 1922, TNA, WO 32/9812.

[223] Dritter SCC-Bericht, CID-Memorandum 728B, TNA, Cab 4/15. Dass das Militär während der Vorarbeiten für das MoI für strenge Maßnahmen argumentierte, steht dem nicht entgegen – obwohl es im Zweifel für Kontrolle war, sah es keine Krise der Informationssicherheit mehr, vgl. McLaine, Morale, S. 25 f.

chen, während die Admiralty auf eigenen Plänen beharrte.[224] Ebenso unaufgeregt, wenn auch weniger kontinuierlich, gestaltete sich der Umgang mit neuen Medientypen, namentlich dem Rundfunk. Noch 1927 nahm das SCC an, dass niemals mehr als 10 000 Radiogeräte in Großbritannien existieren würden. Im Kriegsfall sollten diese einfach versiegelt werden.[225] Auch als diese Einschätzung längst überholt war – Ende der 1930er Jahre gab es in Großbritannien rund neun Millionen Lizenzen für Radiogeräte –,[226] war das Komitee nur kurzzeitig besorgt. Letztlich galt die British Broadcasting Corporation (BBC) als „government controlled body" als vertrauenswürdig.[227] Hatte sie doch – noch als British Broadcasting Company – während der krisenhaften Streiks von 1926 ihre Bereitschaft zur Kooperation mit der Regierung eindrücklich unter Beweis gestellt und sich zugleich als wichtiges Nachrichtenmedium etabliert.[228] Ab 1935 war ein BBC-Vertreter Mitglied des Komitees.[229] Mit gleicher Gelassenheit wurde der Filmzensur entgegengesehen.[230]

Als in den 1930er Jahren die politische Lage in Europa angespannter wurde,[231] wurde die Kriegsvorbereitung in der Informationssicherheit konkreter. Im September 1935 wurden angesichts zunehmender Spannungen mit Italien wegen dessen Vorgehen in Afrika die für drohende Kriege vorgesehenen Maßnahmen zur Presse- und Rundfunkkontrolle eingeleitet, wenn auch nicht zu Ende geführt.[232] Im November entstand das Service Press Officers Committee, in dem die Teilstreitkräfte ihre Medienarbeit abstimmten. Ursprünglich dazu gedacht, eine gemeinsame Linie gegenüber dem Press Committee zu vertreten,[233] wurde hier, in Anlehnung an die Praxis des Ersten Weltkriegs, ein Handbuch entwickelt, in dem alle wichtigen *D-Notices* gebündelt waren.[234] Drei Jahre danach entstanden die Regulations for Censorship 1938,[235] ein über 200-seitiges Regelwerk für die Infor-

[224] Notes on the Regulations for Press Correspondents Abroad, 5. 10. 1939, TNA, WO 259/4; siehe auch Schriftwechsel Robertsons und des Secretary of State for Air, 28. 8.–1. 9. 1939, TNA, Air 2/4160.

[225] SCC 48, 19. 7. 1927, TNA, Cab 49/3. Siehe auch CID-Memorandum 734B und 735B, TNA, Cab 4/15.

[226] Gorman und McLean, Media, S. 55.

[227] SCC 199, 26. 2. 1934, TNA, Cab 49/5; siehe auch SCC 202, 26. 3. 1934, TNA, Cab 49/6; Standing Inter-Departmental Committee on Censorship, 20. Treffen, 20. 11. 1934, TNA, Cab 49/1.

[228] Curran und Seaton, Power, S. 117–120; Gorman und McLean, Media, S. 58; Humphreys, Media, S. 116; Negrine, Politics, S. 102, 104, 109; zur Selbstzensur bei der BBC siehe Marquis, Wind, S. 398 f., 408.

[229] SCC 225, 28. 10. 1935, TNA, Cab 49/6.

[230] Siehe z. B. SCC 238, 24. 7. 1936, TNA, Cab 49/6; CID 1290B, 2. 12. 1936, TNA, Cab 4/25.

[231] Zur Einschätzung der Kriegsgefahr innerhalb der Dekade durch die Stabschefs siehe Bond, Military, S. 95–97, 191, 214, 218–221.

[232] CID 1190B, 8. 10. 1935, TNA, Cab 4/23.

[233] Vgl. Notice, 10. 7. 1938 und 20. 5. 1939, TNA, Air 2/1974.

[234] Dieses Handbuch war am 31. 7. 1939 noch nicht weit gediehen, vor allem Admiralty und War Office hingen mit ihren Notices hinterher, Service Press Officers Committee, TNA, Air 2/1974; siehe auch Report of the Service Press Officers' Committee, Januar 1937, TNA, Defe 53/2.

[235] CID 1446B, 15. 7. 1938, TNA, Cab 4/28; siehe auch CID 1190B, 8. 10. 1935, TNA, Cab 4/23.

mationskontrolle im Krieg, in das Erfahrungen des Ersten Weltkriegs und Wünsche der Medienvertreter eingeflossen waren. Ebenfalls auf diesen Erfahrungen fußte der ab 1935 vorbereitete Aufbau des MoI, das im Krieg die Medienarbeit der Streitkräfte und der Regierung übernehmen sollte.[236] Auch während der Sudetenkrise 1938 wurde die Einführung kriegszeitlicher Maßnahmen vorbereitet, inklusive der Einrichtung des MoI.[237] Somit war am Vorabend des Zweiten Weltkriegs die Informationssicherheit im Frieden alltägliche Praxis für das britische Militär. Kriegsspezifische Maßnahmen waren Teil einer vorbereiteten und in Ansätzen getesteten Routine, die auf den Erfahrungen des Ersten Weltkriegs basierte. Dazu gehörte auch, dass der Director of Naval Intelligence, Konteradmiral Sir James Andrew Gardiner Troup, gelassen Klagen der Medien über schlechten Service in der Anfangsphase eines neuen Krieges erwartete.[238]

Auch in Deutschland wurde mit dem Ende des Ersten Weltkriegs die Zensur beendet, Institutionen wie das Kriegspresseamt und die Oberzensurstelle wurden abgebaut.[239] Doch der Rückbau der Informationssicherheit verlief nicht wie geplant. Am 20. Dezember 1918 musste das Münchner Ministerium für militärische Angelegenheiten, inzwischen vom SPD-Abgeordneten Albert Roßhaupter geführt, das dortige Generalkommando daran erinnern, dass es nicht mehr zensieren dürfe. Ein ‚Heilkundiger' aus München hatte darüber geklagt, dass das Generalkommando ein Inserat in den *Münchner Neuesten Nachrichten* untersagt hätte.[240]

Bemerkenswerter als der Versuch einiger Streitkräftemitglieder, weiterhin Einfluss auf die Medien auszuüben, ist die fortgesetzte Bereitschaft der Presse, diese Wünsche zu erfüllen.[241] Diese Kooperationsbereitschaft der Medien deutet an, dass auch die deutschen Streitkräfte nach dem Krieg nicht mehr so um die Informationssicherheit fürchten mussten, wie es um die Jahrhundertwende der Fall gewesen war. Tatsächlich war die Informationssicherheit über weite Teile der Zwischenkriegszeit gar kein Thema für die Militärführung, jedenfalls nicht als solche.

[236] Den besten Überblick über dieses liefert McLaine, Morale; siehe auch Balfour, Propaganda, besonders S. 54; Hudson und Stanier, War, S. 61; Taylor, Munitions S. 210f. Ferner: CID 170, 8. 3. 1923, TNA, Cab 2/3; SCC 111, 15. 1. 1930, TNA, Cab 49/4; CID 984B, Regulations for Censorship in Time of War or Emergency, 5. 2. 1930, TNA, Cab 4/19, S. 69.

[237] Siehe Report on Work During Czechoslovak Emergency and Suggestions for Developing Organization, TNA, HO 45/23627; McLaine, Morale, S. 16.

[238] Report on Work During Czechoslovak Emergency and Suggestions for Developing Organization, TNA, HO 45/23627.

[239] Kriegsministerium 8. 12. 18 Z.3, 18. 12. 1918, BA, R 43 I/2494, Bl. 223.

[240] MKr 307104, 20. 12. 1918, BayHStA, MKr 13912; für weitere Beispiele siehe Schreiben des Münchner Ministeriums für militärische Angelegenheiten, 2. 12. 1918, BayHStA, MKr 13912; auch einige Filmzensoren arbeiteten nach dem Ende der Zensur im Dezember 1918 zunächst weiter, Kreimeier, Ufa, S. 63f.; aus Franken gab es noch im Mai 1919 Klagen über militärische Zensur, Beschwerde an den Bayerischen Landtag, Mai 1919, BayHStA, MKr 13912.

[241] Eine ähnliche Kontinuität der Handlungsmuster betont Matthias Lau für die zivilen Medienstellen, Matthias Lau, Pressepolitik als Chance. Staatliche Öffentlichkeitsarbeit in den Ländern der Weimarer Republik, Wiesbaden 2003, insbesondere S. 375.

Zwar unternahmen die Streitkräfte einige Anstrengungen, ihre geheimen Rüstungsprogramme vor der eigenen Regierung ebenso wie vor dem Ausland zu verbergen. Diese Medienarbeit entsprach jedoch eher Strategien der Einflussnahme, nicht der Informationssicherheit, da die Geheimhaltung hier in aller Regel nur eine Komponente in Programmen war, deren eigentliches Ziel darin bestand, die eigene Wehrhaftigkeit zu erhöhen (siehe Kapitel fünf und sechs). Der Chef der Heeresleitung im Jahr 1932, General Kurt von Hammerstein-Equord, differenzierte zwischen ‚Zensur', die er ablehnte, und ‚Aufklärung' der Medienvertreter über Themen, die zum Wohle des Landes ausgeklammert werden sollten.[242] Das ‚reine' Verbergen militärisch wertvoller Informationen vor einem potentiellen Gegner wurde erst mit Deutschlands Absage an den Versailler Friedensvertrag wieder relevant, gerade vor dem Hintergrund der deutschen Remilitarisierung. Bei aller erwünschten Werbung für die Streitkräfte betonten ihre Medienspezialisten im Juli 1935, dass die zuvor verbotenen Waffen in der Medienarbeit nicht hervorgehoben werden sollten.[243] Insbesondere, so der Oberbefehlshaber der Wehrmacht und Reichskriegsminister General Werner von Blomberg, sollten neue Technologien „im Interesse des Schutzes militärischer Geheimnisse" vor dem Ausland verborgen bleiben.[244] Damit kehrte die Geheimhaltung, bis dahin ein Politikum, aus dem Feld der Einflussnahme in das der Informationssicherheit zurück.

Allerdings hatten sich die Methoden gewandelt und das deutsche Militär die Möglichkeit erhalten, seine bereits bekannte, eher distanzierte Haltung zu den Medien bezüglich der Informationssicherheit ungehindert auszuleben. Die Streitkräftespitzen mussten sich in der zweiten Hälfte der 1930er Jahre nicht mehr direkt mit den Medien auseinandersetzen, unterstanden diese im Nationalsozialismus doch einer als zuverlässig geltenden, weitreichenden staatlichen Kontrolle, ganz im Stile eines stark auftretenden Staats.[245] Entsprechend legte das Reichskriegsministerium fest, über welche Themen nicht berichtet werden durfte, und teilte dies dem Reichsministerium für Volksaufklärung und Propaganda (RMVP) mit, das dafür verantwortlich war, diese Vorgaben durchzusetzen.[246] Das oberste

[242] Chef der Heeresleitung 738.32 W III a, 10. 2. 1932, BAMA, RH 12/5 v. 43, Bl. 5. Zumal in der Weimarer Republik Pressefreiheit herrschte, Daniel, Politik, S. 67 f.

[243] G2, 880/35 g. J III, 6. 7. 1935, BAMA, RW 6/167.

[244] Reichskriegsminister und Oberbefehlshaber der Wehrmacht 3001 g, 5. 11. 1936, BAMA, RW 6/167.

[245] Daniel, Politik, S. 67–72; Konrad Dussel, Wie erfolgreich war die nationalsozialistische Presselenkung? In: VfZG 4 (2010), S. 543–561, hier 559–561; Helmut Kohl und Arne Hasse, Medienrecht, in: Helmut Schanze (Hrsg.), Handbuch der Mediengeschichte, Stuttgart 2001, S. 165–185, hier S. 173–175; Stefan Krings, Hitlers Pressechef Otto Dietrich (1897–1952). Eine Biografie, Göttingen 2010, S. 364.

[246] Reichskriegsministerium 5261/36 J IIIa, 10. 7. 1937, BAMA, RH 1/52, Bl. 178 f.; auch die Zensur im Krieg wurde vom RMVP verantwortet, im militärischen Bereich zählten allerdings die Entscheidungen der Militärzensoren, siehe J IV c, 4. 2. 1938, BAMA, RW 4/238, Bl. 65; Bestimmungen für die Wahrung des militärischen Geheimnisses bei der Behandlung militärischer Fragen in der Öffentlichkeit durch Wort (einschl. Rundfunk bezw. Drahtfunk), Schrift, Bild und Film, OKW 336/38 g. Kdos. J (Pr.) D 1, 27. 9. 1938, BAMA, RM 7/1103, Bl. 32–35.

Argument für die Informationssicherheit lautete: „Jede zum Feinde durchdringende Nachricht kostet deutsches Blut“[247] – und das RMVP nahm die entsprechenden Forderungen der Streitkräfte ernst. Das zeigte sich bereits beim Einmarsch im Rheinland im März 1936. Die Medienvertreter, die hierüber berichten sollten, wurden zunächst zum Schein verhaftet und dann heimlich aus Berlin an Ort und Stelle gebracht, um vorab keine Informationen nach außen dringen zu lassen.[248] Auch wenn die Kooperation zwischen Streitkräften und Joseph Goebbels' Ministerium nie ohne Konkurrenzkämpfe ablief,[249] grundsätzliche Klagen über mangelnde Informationssicherheit erhob das Militär nicht. Dementsprechend wurden auch die Pläne für die Informationssicherheit in Kriegen gestaltet. Überall dort, wo das Militär nicht über Exekutivgewalt verfügte, sollte das RMVP nach seinen Vorgaben für die Informationssicherheit verantwortlich sein.[250] Innerhalb der Kampfgebiete sollten militärische Zensoren alle Nachrichten prüfen und im Zweifelsfall eine erneute Zensur durch das OKW beantragen. So sollte die Zensur möglichst schnell vonstattengehen – eine der zentralen Lektionen aus dem Ersten Weltkrieg.[251] Zu diesen Lehren gehörte auch, dass Zensoren nicht simpel unerwünschte Informationen streichen, sondern Alternativformulierungen anbieten sollten.[252] Die Informationssicherheit war so mit den Medienstrategien zur Einflussnahme und Informationsausgabe verbunden. Analog zu den Regeln für Printmedien wurde auch die Informationskontrolle bei Rundfunk,[253] Bild und Film[254] geplant und zwischen RMVP und Wehrmacht koordiniert.

Mehr noch als in Großbritannien wurde die kriegsmäßige Informationskontrolle in Deutschland in Konflikten vor dem Zweiten Weltkrieg auch praktisch angewendet. Im Rahmen der Herbstübung im Herbst 1938 wurde gezielt der Einsatz neuer Propagandakompanien (PK) erprobt.[255] Der Einmarsch der Wehrmacht in das Sudetengebiet wurde durch PK begleitet und deren Arbeit später begutachtet. Im Oktober gingen die Kompetenzen, die das RMVP im Rahmen der kriegszeitlichen Zensurbestimmungen an die militärischen Zensoren abgegeben

[247] Anforderungen an den Kriegsberichterstatter und den Zensur-Offizier, Vortrag, 1. 9. 1938, BAMA, OKW 785, hier Folie 497507.

[248] Schmidt-Scheeder, Hölle, S. 24–28.

[249] Siehe dazu unten, Kapitel 5.1.4; ferner, Schmidt-Scheeder, Hölle, S. 31–36.

[250] J IV c, Tätigkeit der Zensoren im Kriege, 4. 2. 1938, BAMA, RW 4/238, Bl. 65; OKW Nr. 335/38 J (Pr.) D 1 g. Kdos., 27. 9. 1938, BAMA, RH 19 XVI/8, Bl. 153 f.

[251] Lehrgang für Presse- und Zensuroffiziere, 30. 8.–3. 9. 1938, BAMA, OKW 785, hier Folien 497475–497480; Dienstanweisung für eine Propaganda-Kompanie (mot.), BAMA, RH 19 XVI/8, Bl. 116.

[252] Anforderungen an den Kriegsberichterstatter und den Zensur-Offizier, Vortrag, 1. 9. 1938, BAMA, OKW 785, hier Folien 497517 f.

[253] Lehrgang für Presse- und Zensuroffiziere, 30. 8.–3. 9. 1938, BAMA, OKW 785, hier Folie 497490.

[254] Ebd., Folien 497498–497501; Dienstanweisung für eine Propaganda-Kompanie (mot.), BAMA, RH 19 XVI/8, Bl. 116 f.; vgl. auch, zur Abstimmung einer Überarbeitung der Regeln zur Bild- und Filmberichterstattung von 1932, Niederschrift über besondere Hinweise anläßlich der Tagung der Standortpresseoffiziere Juni 1937, BAMA, RW 6/167, Bl. 72–74.

[255] Siehe zu deren Aufbau unten, Kapitel 6.2.2.

hatte, wieder auf das Ministerium über.[256] Auch wenn die Kooperation zwischen RMVP und Militär nicht unproblematisch war, blieben grundsätzliche Beschwerden seitens der Streitkräfte in Sachen Informationssicherheit aus.

In der Zwischenkriegszeit wurde also die Informationssicherheit zur Zufriedenheit beider Streitkräftespitzen hergestellt, für künftige Kriege vorbereitet und institutionell verankert. Dies sorgte für eine routinierte Auseinandersetzung mit dem Thema, hatte aber auch zur Folge, dass die vor dem Ersten Weltkrieg so ausgeprägte gegenseitige Beobachtung hier kaum noch eine Rolle spielte. Das bestärkte wohl auch den Umstand, dass die Unterschiede in den Methoden sehr deutlich hervortraten: Als das deutsche Militär wieder begann, Medienstrategien der Informationssicherheit anzuwenden, interagierte es mit den Medien selbst nur noch mittelbar. Sie waren keine Gleichgestellten, mit denen man kooperierte, wie es in Großbritannien der Fall war, wo sie zunehmend zu Partnern in Institutionen und Planungsprozessen geworden waren. In Deutschland erschienen sie als manipulierbare Objekte, die von einer zuständigen staatlichen Stelle gesteuert wurden. Auf letztere konzentrierte sich dementsprechend die Aufmerksamkeit des Militärs. Diese, auf die Medienbilder zurückgehenden Unterschiede im Umgang mit den Medien wurden im Zweiten Weltkrieg noch einmal deutlicher.

Freiheit der, und Freiheit von den Medien – Informationssicherheit im Zweiten Weltkrieg

Im Zweiten Weltkrieg, in dem die Informationssicherheit einmal mehr als besonders wichtig galt, waren die Methoden, mit denen sie erreicht werden sollte, am unterschiedlichsten. Während in Großbritannien auf eine zumindest in Teilen freiwillige Zensur in Kooperation mit den Medien gesetzt wurde, wurden sie in Deutschland als Befehlsempfänger des RMVP oder der Abteilung für Wehrmachtpropaganda des OKW angesehen.

Die Grundlage der kriegszeitlichen Informationssicherheit in Deutschland war die bereits im Frieden etablierte Kontrolle des RMVP und seiner Reichspropagandaämter über sämtliche Medien.[257] Diese war zwar prinzipiell nicht unangefochten, da zahlreiche andere Stellen ebenfalls Zugriffsrechte auf die Presse für sich beanspruchten. Dennoch arbeitete die Kontrollmaschinerie routiniert.[258] Lapidar verkündete das Ministerium am 26. August 1939, dass seit „gestern nacht“ Zensurmaßnahmen verhängt worden seien; die gesperrten Themen wurden später

[256] Presseanweisung: Ende der kriegsmäßigen Handhabung der Zensur, 15. 10. 1938, PA VI/III, S. 971, wiedergegeben in BERND SÖSEMANN (Hrsg.), Propaganda. Medien und Öffentlichkeit in der NS-Diktatur (Bd. 1), Stuttgart 2011, S. 522; OKW 2470/38 g. J (Pr.), 11. 10. 1938, BA, R 55/20872, Bl. 56; auch in BAMA, RM 7/1103, Bl. 85 f.; siehe auch Erfahrungsbericht der Propagandakompanie IV. A.K., ohne Datum, BA, R 55/20927, Bl. 3–20.

[257] Hinzu kamen in beiden Ländern Verschwiegenheits-Kampagnen, siehe FLEISCHER, Feind, *passim*.

[258] CLEMENS ZIMMERMANN, Medien im Nationalsozialismus. Deutschland 1933–1945, Italien 1922–1943, Spanien 1936–1951, Wien 2007, S. 85–89.

ausgegeben.[259] Während die politische Zensur Goebbels' Mitarbeitern oblag, bestimmten die Streitkräfte über die militärische Informationssicherheit: „Die einheitliche Leitung der gesamten *militärischen Zensur* liegt in den Händen des OKW."[260] Hierfür wurden Offiziere des OKW im Berliner Ministerium ebenso wie in dessen Außenstellen postiert; im Kriegsverlauf wuchs der Apparat gerade im Hinblick auf die Kontrolle von Bildmedien und Rundfunk an. Das Vorgehen beruhte auf dem Prinzip, möglichst dicht an den Quellen zu zensieren. So sollte der Zensurvorgang beschleunigt werden, damit das freigegebene Material schnell nach Berlin gelangen konnte, wo es für die Medienarbeit der Wehrmacht und des RMVP verwendet und von Letzterem in die Medien eingespeist wurde.[261] Dementsprechend erschienen auftretende Probleme mit der Informationssicherheit nicht als Schwierigkeiten mit den Medien und ihren Vertretern, sondern als Abstimmungsprobleme der Teilstreitkräfte mit WPr oder der WPr mit dem RMVP.[262] Mehrfach klagte beispielsweise die Marineführung schon in den ersten Kriegsmonaten über die Zensurpraxis im OKW.[263] Derlei ist über den gesamten Kriegsverlauf hinweg zu beobachten.[264] Das grundsätzliche Funktionieren des Zensurverfahrens wurde jedoch nicht in Frage gestellt: Im Dezember 1944 sprach der Oberbefehlshaber der Marine, Großadmiral Karl Dönitz, mit Adolf Hitler über neue U-Boote mit dem sogenannten ‚Schnorchel', der es den Booten ermöglichte, ihre Dieselmotoren auch unter Wasser zu nutzen. Beide kamen zu dem Entschluss, dass die neue Technologie vor den Gegnern verborgen werden sollte und gingen ohne Zweifel davon aus, dass die etablierten Geheimhaltungsmethoden funktionierten. Dass die Informationssicherheit etwas anderes als eine formale Frage im Umgang mit einer funktionierenden Maschinerie wäre, stand nicht zur Debatte.[265]

[259] Presseanweisung: Einführung der Zensur, PA VII/II, S. 876, 26. 8. 1939, zitiert nach SÖSEMANN (Hrsg.), Propaganda 1, S. 559; Presseanweisung: Anmerkungen zur Einführung der Zensur, PA VII/II, S. 878–880, 26. 8. 1939, zitiert nach ebd., S. 559 f.; siehe auch WILKE, Presseanweisungen, S. 194.

[260] Durchführungsbestimmungen zum Erlaß des Führers und Obersten Befehlshabers der Wehrmacht vom 10. 2. 1941, gezeichnet von Keitel, 17. 2. 1941, S. 2, BAMA, RH 1/81; Hervorhebung im Original.

[261] BALFOUR, Propaganda, S. 104 f.; ROBERT EDWIN HERZSTEIN, The War that Hitler won. The most Infamous Propaganda Campaign in History, London 1979, S. 169; MURAWSKI, Wehrmachtbericht, S. 27 f.; RATHKE, Oberkommando, S. 8 f.; HASSO VON WEDEL, Wehrmachtpropaganda 1939/1945, I. Teil: Die Abteilung für Wehrmachtpropaganda im Oberkommando der Wehrmacht (OKW/W.Pr). Entwurf von 1957, BAMA, RW 4/155 (WEDEL, Wehrmachtpropaganda 1), S. 54–57, 66–69; siehe auch SCHRÖDER, Kriegsbericht, S. 23 f.; zu anderen Berichterstattern, beispielsweise freien Mitarbeitern der Medien unter den Soldaten, ebd., S. 12.

[262] Zur besonderen Zuständigkeit der Teilstreitkräftespitzen in operativen Fragen siehe OKW 1 t WFA/WPr (Ib) 3487/39 geh., 21. 11. 1939, Dienstanweisung für Kriegsberichter z.b.V. bei den Heeresgruppen, gezeichnet von Jodl, BAMA, RH 1/81.

[263] Beispielsweise am 15. 9., 14. 11. und 1. 12. 1939, siehe entsprechende Einträge im Kriegstagebuch C VIII der Skl, Bd. 1, 1939/08–12, BAMA, RM 7/198.

[264] Eine der letzten dokumentierten Klagen stammt vom 13. 6. 1944, BAMA, RM 7/1915, Bl. 145.

[265] Seekriegsleitung, B. Nr. 1.Skl. I b 3648/44 gK.Chefs., Besprechung OBdM mit Führer 3. 12. 1944, Kriegstagebuch C VII der Skl, BAMA, RM 7/189, Bl. 304–309.

In Großbritannien nahmen die Medien selbst eine wesentliche sichtbarere Rolle im Versuch ein, die Informationssicherheit herzustellen. Zunächst wurde auf Basis der Defence Regulation 3 am 26. August 1939 die Zensur mithilfe des bekannten Systems der nun sogenannten Defence Notices eingeführt. Sie sperrte alle Informationen, die dem Gegner helfen konnten.[266] Es blieb dabei den Medienvertretern überlassen, ob sie Artikel im MoI zur Zensur einreichten, um vor möglicher Strafverfolgung geschützt zu werden.[267] Die Freiwilligkeit hatte allerdings Grenzen. Sie galt nicht für Bilder; Aufnahmen von militärisch relevanten Objekten – eine weit gefasste Kategorie – durften nur mit einer Genehmigung gemacht werden, die dazu verpflichtete, sie zensieren zu lassen. Ein ähnliches System wurde für Filmaufnahmen eingeführt, die ansonsten, wie seit 1912, durch das British Board of Film Censors kontrolliert wurden. Für das Ausland bestimmte Medienberichte mussten grundsätzlich die Zensur passieren, und die BBC wurde der Kontrolle des MoI unterstellt.[268] Dieses hatte gerade in den ersten Kriegsjahren zwischen den auf Informationen beharrenden Medienvertretern und den auf Informationssicherheit bedachten Streitkräften einen schweren Stand, wurde mehrfach reformiert und verschliss in weniger als zwei Jahren drei Minister.[269] Selbst für die britische Presse war die Zensur nicht völlig freiwillig. Gerade in der Anfangsphase des Krieges gab es Zwischenfälle wie den sogenannten „‚Go-Stop-Go' incident", bei dem ein Artikel zunächst freigegeben, die Auslieferung der Zeitungen aber wegen Sicherheitsbedenken der Streitkräfte gestoppt wurden, um dann vom Kabinett doch noch freigegeben zu werden.[270] Zudem wurden linke Medien wie der *Daily Mirror* oder der kommunistische *Daily Worker* durchweg streng behandelt.[271] Von Januar 1941 bis August 1942 vom Home Office als pazifistisch verboten,[272] wurden letzterem danach keine Kriegsberichterstatter genehmigt, „on the ground that in view of the Communist Party's record no one put forward by them could be regarded as trustworthy."[273] Dennoch prüfte das Militär jeden Antrag, da eine generelle Ablehnung als „undesirable on the grounds of

[266] A History of Field Press Censorship in SHAEF, World War II, hrsg. v. Allied Forces, Supreme Headquarters, o. O. o. J. Reproduced by 201st Field Press Censorship Organization, Paramus o. J. (Field Press Censorship), S. 3, mein Dank gilt der Library of Congress, die dieses Dokument für mich fand, als ich ein anderes suchte; McLaine, Morale, S. 24 f., 89–91; Thomson, Admiral, S. 2, 6 f., 33.

[267] Field Press Censorship, S. 4; McLaine, Morale, S. 24 f.; Taylor, Munitions, S. 213 f.

[268] The Secrets of the War and How They Were Guarded from the Enemy, Teil 2, TNA, Defe 53/3; Field Press Censorship, S. 4; Connelly, British, S. 42; McLaine, Morale, S. 230 f.; Jeffrey Richards und Jeffrey Hulbert, Censorship in Action. The Case of Lawrence of Arabia, in: JCH 19 (1984), S. 143–170, S. 154; Stenton, Radio, *passim*; Thomson, Admiral, S. 17 f.

[269] McLaine, Morale, *passim;* für die Sicherheitsansprüche der Admiralty siehe beispielsweise S. 36 f, für das War Office S. 38, für die RAF S. 64 f., 232 f.; ferner Thomson, Admiral, S. 11–14.

[270] The Secrets of the War and How They Were Guarded from the Enemy, Teil 2, TNA, Defe 53/3.

[271] Curran und Seaton, Power, S. 57–63.

[272] Siehe Aktennotizen unter 865002/53 und 865002/121 in TNA, HO 45/25581; McLaine, Morale, S. 186; Taylor, Munitions, S. 213 f..

[273] War Office an Home Office, 23. 8. 1943, TNA, HO 45/25581.

political discrimination“ galt.[274] Das War Cabinet hielt diese politisch motivierte Sonderbehandlung aufrecht.[275] Zynischerweise wurden dem *Daily Worker* nach Kriegsende Kriegsberichterstatter gewährt.[276] Die übrigen britischen Zeitungen hatten dagegen kaum Probleme, auch wenn sich die Teilstreitkräfte direkt nach Kriegsbeginn angesichts der Frage zerstritten, ob Journalisten, die bei einer von ihnen akkreditiert waren, auch andere Einheiten besuchen durften. Der Konflikt, vom *Daily Express* als *War in Whitehall* bezeichnet, wurde jedoch durch die Minister zugunsten der Medienvertreter beigelegt.[277] Auch belastete eine im Vergleich zu Londoner Standards strenge Zensur im Kriegsgebiet die Berichterstatter – allerdings auch die Medienspezialisten der Streitkräfte selbst, was zur Problemlösung beitrug.[278] Derartige Konflikte konnten im weiteren Kriegsverlauf auf die für Großbritannien durchweg übliche Weise oft in Kooperation mit den Medienvertretern beigelegt werden, indem einzelne Maßnahmen auf wöchentlichen, vertraulichen Treffen erklärt wurden. Ein Beispiel für erklärungsbedürftige Zensurgründe waren Wetterberichte, die der deutschen Luftwaffe zugutekommen konnten.[279] Einzelne Aspekte der Zensur wurden durch das MoI sogar im Rundfunk der breiten Bevölkerung dargelegt.[280] Die Kooperation funktionierte. Nur viermal im Kriegsverlauf wurde eine Strafverfolgung gegen Zeitungen angestrengt.[281]

Die britischen Stabschefs waren mit all dem kaum befasst. Die Institutionalisierung der Medienarbeit hatte diese zu einer Routineaufgabe unterhalb ihrer Ebene gemacht. Im Sommer 1940 gaben der Chief of the Air Staff (CAS), Generalleutnant Sir Cyril Newall, der First Sea Lord Großadmiral Sir Dudley Pound und der Chief of the Imperial General Staff (CIGS), General Sir John Dill, ausdrücklich zu verstehen, dass sie keine detaillierten Anweisungen geben konnten.[282] Nur in Ausnahmefällen gingen sie persönlich auf die Informationssicherheit ein, und nur einmal stellten sie das bestehende System in Frage. Nach der Kapitulation Frankreichs im Sommer 1940 und angesichts einer befürchteten

[274] Entwurf einer Vorlage für das War Cabinet, 27. 9. 1943, TNA, HO 45/25581; vgl. entsprechende Mitteilung des Ministry of Information an den DAILY WORKER, 4. 9. 1943, ebd.

[275] Siehe Memoranden und Schriftwechsel bis zur Entscheidung am 19. 3. 1945, TNA, HO 45/25581.

[276] Aktennotiz, 10. 9. 1945, TNA, HO 45/25581.

[277] DAILY EXPRESS, 10. 10. 1939, TNA, Air 2/4160; zur Beilegung siehe Schriftwechsel zwischen Air Ministry und War Office im Oktober 1939, TNA, Air 2/4160; weitere Verbesserungen der Kriegsberichterstatter-Bedingungen sind dokumentiert in TNA, Air 2/4160; und TNA, Air 2/4041.

[278] Schreiben des Press Officer der Royal Air Force in Frankreich, 11. 11. 1939, TNA, Air 14/80.

[279] Schreiben des PAS(G), 16. 12. 1939, TNA, Air 2/4262; Memorandum für Commander-in-Chief der BEF, 5. 10. 1939, TNA, WO 259/4; THOMSON, Admiral, S. 26; dies war keine Neuheit des Zweiten Weltkriegs, sondern kam auch schon im Ersten Weltkrieg vor, siehe 1004 P.Z. (Entwurf), 5. 5. 1916, HSAD, 11248/7569.

[280] Beispielsweise Skript für ‚How the Censorship Works', C. J. Radcliffe, 31. 12. 1940, TNA, Defe 53/3.

[281] TAYLOR, Munitions, S. 213 f.

[282] COS(40)181, 14. 6. 1940, TNA, Cab 79/5/6; Dill wurde während der Sitzung vertreten durch den Vice Chief of the Imperial General Staff, Generalleutnant R. H. Haining.

deutschen Invasion wollte Pound das Risiko eines Geheimnisverrats nicht mehr hinnehmen. Daher forderte er die verpflichtende Vorzensur für alle. Die Medien, so dachte er, würden dies mit einem „sigh of relief" begrüßen.[283] Die anderen Stabschefs jedoch bremsten ihn aus. Informationssicherheit sei nicht alles – und die Medien seien sehr vorsichtig geworden.[284] Das neue Inter Services Security Board (ISSB), das die Stabschefs um einen Bericht zu Sicherheitsverstößen baten, sah keinen Anlass für zusätzliche Maßnahmen.[285] Auch der Minister of Information, Duff Cooper, stützte die bestehende Regelung: Nur freie Medien könnten durch Kritik eigene Schwächen aufdecken. Zudem seien sie wichtig für die Moral der Bevölkerung und die Einstellung der USA zu Großbritannien. Auch Medienvertreter protestierten gegen schärfere Regeln. Die Idee wurde verworfen und nicht wieder ernsthaft in Erwägung gezogen.[286] Im Auftrag der Stabschefs beobachteten die Intelligence-Abteilungen die Medien zwar weiterhin, fanden jedoch keine belastbaren Gründe für eine Verschärfung. Der Director of Military Intelligence Generalmajor Francis Davidson kommentierte: „Although we have had two unsuccessful ‚assaults' on the Press, we should go on collecting further evidence for use as and when required."[287] Zusätzlich trug die Stabilisierung des MoI im Sommer 1941 dazu bei, dass in die Frage der Informationssicherheit eine ruhige Routine einkehrte: Im Juni verpflichtete Churchill die Streitkräfte zu einer verbesserten Informationsausgabe an das Ministerium, und im Juli wurde Brendan Bracken zum Minister ernannt, der als Zeitungsbesitzer in den Medien gut vernetzt und mit dem Premierminister befreundet war.[288] Für das Ministerium ebenso wie für die Medienvertreter war die Zensur inzwischen zur Routine geworden.[289] Dazu beigetragen hatte nicht zuletzt, dass es gelungen war, alltägliche Konflikte und Zeitverluste zu reduzieren und Uneinheitlichkeit zwischen verschiedenen Zensoren durch Listen mit ‚Stops' und ‚Releases' auszugleichen.[290]

Wenn sich die Militärspitzen nach dem Sommer 1940 noch mit der Informationssicherheit befassten, dann um sie für besondere Kriegssituationen, beispielsweise die Vorbereitung der Landung in der Normandie,[291] oder Techniken, wie

283 Memorandum Pound, 8.6.1940, TNA, Cab 80/12/62.
284 COS(40)175, 10.6.1940, TNA, Cab 79/4/75.
285 Auftrag an ISSB und deren Bericht vom 10.6.1940, JIC(40)110 und 111, TNA, Cab 81/97; vgl. auch Anhang des Berichts mit Beispielliste, TNA, Cab 80/12/66. Ferner Anstrengungen des JIC, Medienberichte zu dokumentieren, die schädlich für die britischen Kriegsanstrengungen seien, siehe Memorandum des Assistant Chief of the Air Staff vom 22.4.1941, JIC(41)164, TNA, Cab 81/102 und Memorandum des JIC vom 29.4.1941, JIC(41)184, TNA, Cab 81/102.
286 McLaine, Morale, S. 88–91.
287 Davidson an den Sekretär des JIC, 21.5.1941, TNA, WO 193/254; dort auch weitere Beispiele.
288 McLaine, Morale, S. 240–245.
289 Thomson, Admiral, S. 117, 137; ferner Balfour, Propaganda, S. 67; Andreas Elter, Die Kriegsverkäufer. Geschichte der US-Propaganda 1917–2005, Frankfurt am Main 2005, S. 64f., 69–71.
290 Field Press Censorship, S. 8–11, 20. 107; Thomson, Admiral, S. 38f.
291 Vgl. hierzu die Darstellung in David Eisenhower, Eisenhower at War, 1943–1945, New York 1986, S. 207f., 242f.

die Irreführung des Gegners oder das Radar, anzupassen. In keiner dieser Situationen wurde jedoch die bestehende Vorgehensweise in Frage gestellt. Während des ‚Blitz', der deutschen Luftangriffe auf Großbritannien ab Spätsommer 1940, sorgte sich der neue CAS, General Sir Charles Portal, dass Presse und BBC als „spotters" der deutschen Luftwaffe fungieren könnten.[292] Die Regeln für die Berichterstattung über angegriffene Orte wurden entsprechend streng gestaltet, was zu Protesten der Medien führte. Das bestehende System wurde jedoch nicht in Frage gestellt, und die Medienvertreter kooperierten letztlich mit den Streitkräften.[293] Die Diskussion über die Luftangriffe lebte noch einmal auf, als Deutschland die ‚V1' und ‚V2' gegen Großbritannien einsetzte. Doch auch hier funktionierte die bestehende Praxis. Die Regierung selbst gab Anfang September 1944 Material über die *Flying Bombs* frei, nachdem die Gefahr durch die ‚V1' beigelegt schien.[294] Als Angriffe mit den ‚V2' begannen, befassten sich die Stabschefs, inzwischen bestehend aus dem CIGS Feldmarschall Sir Alan Brooke, Portal und dem First Sea Lord Großadmiral Sir Andrew Cunningham, mit der Frage, ob auch zu diesen Raketen Informationen freigegeben werden sollten. Im späten September vertagten sie die Frage in der Hoffnung darauf, bald die Wehrmacht so weit zurückgedrängt zu haben, dass ein weiterer Beschuss Londons ausgeschlossen würde. Dies schien ihnen vertretbar: „[W]hile in general it was sound policy to keep the public informed whenever possible, there would be little objection to a short delay, say another week, in any public announcement."[295] Mit den US-Stabschefs koordinierten sie die Geheimhaltung der neuen deutschen Waffe auch in den USA.[296] Dennoch brachte die *New York Times* am 6. Oktober einen Artikel, in dem die grundlegenden Informationen über die Raketenangriffe auf London publiziert wurden.[297] Auf Anregung des Home Office konzipierten nun die Stabschefs gemeinsam mit Churchill eine Verlautbarung im Parlament. Darüber hinausgehende Informationen wurden allerdings weiter geheim gehalten.[298] Hierzu zählten Angaben zu den angerichteten Schäden und zu neuartigen Gegenmaßnahmen, namentlich Düsenflugzeugen.[299] Die Presse kooperierte, und selbst als Deutschland bereits kapituliert hatte, blieben derlei Informationen weiter geheim.[300]

Schlussendlich waren es nicht die Medien, die die bestehende Praxis der Informationssicherheit in Frage stellten. Es waren, wie im Ersten Weltkrieg, jedoch deutlich umfangreicher in den Konsequenzen, die verbündeten Streitkräfte der

[292] COS(40)410, 30. 11. 1940, TNA, Cab 79/8/10.
[293] McLaine, Morale, S. 218 f., 275 f.
[294] The Flying Bomb. Statement by Mr. Duncan Sandys, M.P., Chairman of the War Cabinet Committee on Operational Counter-Measures Against the Flying Bomb, 7. 9. 1944, TNA, Defe 53/3.
[295] COS(44)(O)317, 25. 9. 1944, TNA, Cab 79/81/7; Cunningham wurde hier vertreten durch den Vice Chief of the Naval Staff, Vizeadmiral Sir Neville Syfret.
[296] COS(44)(O)327, 4. 10. 1944, TNA, Cab 79/81/17.
[297] COS(44)(O)331, 7. 10. 1944, TNA, Cab 79/81/21.
[298] COS(44)(O)349, 26. 10. 1944, TNA, Cab 79/82/9.
[299] McLaine, Morale, S. 275 f.
[300] COS(45)347(O), 18. 5. 1945, TNA, Cab 80/94/61.

USA. Die Zensur der Alliierten war, von ersten inoffiziellen Kontakten im Oktober 1940 an, aufeinander abgestimmt worden.[301] Nachdem die britischen Zensoren zunächst Vorbilder für diejenigen der USA gewesen waren,[302] zeigte sich gerade zum Kriegsende hin, dass die US-Streitkräfte die Informationssicherheit anders bewerteten als ihre britischen Alliierten. Teils waren sie liberaler, und nötigten so die Briten noch im Kriegsverlauf, die eigenen Regeln ebenfalls zu entschärfen – da eine partielle Geheimhaltung in Großbritannien nicht umsetzbar war.[303] Die Zensur wurde nach der deutschen Kapitulation gelockert,[304] und endete am 2. September 1945 – trotz der vorab geäußerten Sorge der Stabschefs darüber, dass das Press Committee noch nicht wieder einsatzbereit sei.[305] Admiral Thomson, Chefzensor im MoI, informierte die Presse über das Ende der Zensur in einem vertraulichen Brief, in dem er die gute Kooperation der Medienvertreter lobte: „The success of the voluntary system has in my opinion been entirely due to the unremitting care you have all taken to avoid disclosing information of value to the enemy."[306] Die als Partner ernst genommenen Medienvertreter bestätigten dies und erwiderten das Lob. Geradezu gerührt schrieb der Redakteur des *Daily Express*: „My dear Tommy […] Thank you for everything during the war – particularly for your friendship, which has meant a great deal to me."[307] Die zur Jahrhundertwende ausgemachte Krise der Informationssicherheit war eindeutig gelöst worden.

Die hier analysierten Medienstrategien der Informationssicherheit hatten auch Konsequenzen für diejenigen der Einflussnahme. Nachdem am Vorabend des Ersten Weltkriegs kooperative Lösungen für erstere gefunden worden waren, boten sie sich auch für letztere an. Gerade in Großbritannien, wo die Kooperation institutionalisiert worden war, sollten sich die Erfahrungen im Umgang mit den Pressevertretern auch in der Medienarbeit für die Einflussnahme auszahlen.

301 JIC(40)62, 22. 10. 1940, TNA, Cab 81/87; Memorandum des Director of Intelligence des Air Ministry, Brigadegeneral Archibald Boyle, 2. 10. 1940, JIC(40)305, TNA, Cab 81/98.

302 COS(41)432, 23. 12. 1941, TNA, Cab 79/16/32; Field Press Censorship, *passim*; THOMSON, Admiral, S. 121–125.

303 Siehe zum Beispiel COS(45)144, 5. 6. 1945, TNA, Cab 79/34/10.

304 THOMSON, Admiral, S. 212 f.; Überlegungen des War Office ab dem 27. 4. 1945 in TNA, WO 204/749.

305 Zur Beschlussfassung darüber siehe TNA, WO 106/4585, Dokument 985 und COS(45)212, 31. 8. 1945, TNA, Cab 79/38/10, wo auch deutlich wird, dass die USA ihre Zensur bereits am 15. August beendet hatten – und dass es im Empire Ausnahmen vom Zensurende gab, z. B. in Indien; siehe auch Joint Staff Mission, 31. 8. 1945, TNA, WO 106/4075A.

306 Schreiben Thomsons, 2. 9. 1945, TNA, Defe 53/4.

307 Schreiben an Thomson, 28. 9. 1945, TNA, Defe 53/5.

4. Der Stellungskrieg als Wachstumsbeschleuniger (1914–1918)

Am Vorabend des Ersten Weltkriegs waren das britische und das deutsche Militär in unterschiedlichem Grad dazu übergegangen, Medienstrategien der Informationssicherheit und der Einflussnahme zu institutionalisieren. Medienarbeit wurde teils routiniert betrieben, namentlich in der deutschen Marine. Für die Streitkräfte insgesamt galt dies aber noch nicht. Es waren denn auch die Mitarbeiter des Nachrichtenbüros des Reichsmarineamts, die zuerst systematisch darüber nachdachten, mit speziellen Medienstrategien der Einflussnahme die eigene Kriegführung zu unterstützen. Im Folgenden stelle ich diese Überlegungen einleitend vor, bevor ich untersuche, wann, warum und in welchem Umfang die Streitkräfte im Ersten Weltkrieg auf entsprechende Strategien zurückgriffen. Zunächst stehen dabei der Kriegsbeginn und die Frage im Fokus, welche Kontinuitäten und Brüche er für die im Frieden etablierte Medienarbeit der Streitkräfte mit sich brachte. Danach analysiere ich die im Kriegsverlauf anwachsende Medienarbeit, unterteilt in drei große Zielgruppen, die beeinflusst werden sollten: die eigene Heimat, neutrale und gegnerische Staaten.[1] In einem kurzen Exkurs weise ich zudem auf die Zusammenhänge zwischen der Dolchstoßlegende und der militärischen Medienarbeit im Ersten Weltkrieg und danach hin.

Institutioneller Bestandsschutz – Das Nachrichtenbüro der deutschen Marine entdeckt den Medienkrieg für sich

Im April 1901 hatte Tirpitz festgelegt, dass das Nachrichtenbüro auch in einem Krieg weiter bestehen werde, um die Medien auszuwerten und Meldungen an sie auszugeben.[2] Zwei Jahre später trat Admiral Büchsel im Namen des Admiralstabs an Tirpitz heran. Er bestand darauf, im Krieg für die Informationsausgabe der Marine und insbesondere für die Versuche, Gegner über Falschmeldungen in die Irre zu führen, zuständig zu sein. Büchsel und Tirpitz kamen im Dezember 1904 überein, dem Admiralstab dafür im Krieg Zugriff auf das Nachrichtenbüro zu geben.[3] In ihre Diskussion über die notwendige Personalstärke des Büros schalteten sich auch Medienspezialisten ein.[4] Der Braunschweiger Kapitänleutnant Eduard Varrentrapp argumentierte dafür, einen Verbindungsoffizier zur Nachrichtenstelle des Admiralstabs einzusetzen.[5] Dieser Vorschlag, der das Büro fester in der deutschen Marine verankerte, wurde vom Admiralstab be-

[1] Vgl. Gorman und McLean, Media, S. 20.
[2] Verfügung Tirpitz', 3. oder 4. 4. 1901, BAMA, RM 3/10371.
[3] Schriftwechsel zwischen Tirpitz und Büchsel, 7. 5. 1903–10. 12. 1904, BAMA, RM 5/5325, Bl. 64, 67; siehe auch Schreiben für den Mobilmachungsfall vom Admiralstab an das Reichsmarineamt, datiert auf Februar 1905, BAMA, RM 3/10371, Bl. 64.
[4] Siehe Schriftwechsel und Notizen, 16. 12. 1904–7. 1. 1905, BAMA, RM 3/10371.
[5] Schreiben des späteren Konteradmirals Varrentrapp, 8. 1. 1905, BAMA, RM 3/10371, Bl. 50f.

grüßt.[6] Varrentrapp hatte darüber hinaus eine Idee für eine eigene, ganz spezifische Rolle des Büros im Krieg. Sie ging auf die Beobachtung des Russisch-Japanischen Kriegs zurück: Das Büro sollte „für die Veröffentlichung von Kriegsnachrichten, der Kriegsberichte etc., sowie zu einer hierdurch möglichen Beeinflussung der Kriegslage“ genutzt werden.[7] Mit letzterem Punkt ging Varrentrapp über die bisher vorgesehenen Ziele hinaus, auch über die vom Admiralstab geforderte Irreführung des Gegners. Varrentrapp dachte die im Frieden erprobte Praxis der Einflussnahme in die Kriegszeit weiter. Dies wird durch seine Behauptung verdeutlicht, dass das Büro gerade zu Kriegsbeginn und in der Krisenzeit zuvor viel erreichen könne. Daher brauche es in dieser Zeit mehr Personal, während später Routineaufgaben vorherrschen würden. Wie im Frieden erwartete er Phasen erhöhter Medienarbeit und ruhigere Phasen mit einer ‚Grundaktivität'.[8] Zwar war die Personalfrage der Auslöser der Einmischung der Medienspezialisten in die Debatte. Doch bildeten die vom Admiralstab geforderte Irreführung und die vom Büro erdachte, kampagnenartige Medienarbeit die Grundlage für das Konzept, den Krieg über militärische Medienarbeit zu beeinflussen, den Medienkrieg. Ein Jahr später hatte Büchsel diesen in seine Pläne integriert. Im Krieg müsse eine Zentralstelle der Marine, so ließ er Tirpitz wissen, die Informationsausgabe übernehmen. Zudem sei sie es, die

> im Interesse der eigenen Kriegführung entweder *falsche Nachrichten* in die Zeitungen bringt, welche zur Verschleierung der eigenen Absichten und zur Irreführung der Feinde dienen sollen, oder solche Nachrichten oder Betrachtungen, von denen man sich im Allgemeinen – namentlich im Auslande – einen Vorteil für die eigene Sache verspricht.[9]

Weil allein der Admiralstab über die Koordination von Medienarbeit und Kriegführung befinden könne, müsse dieser die geforderte Zentralstelle sein. Da aber die Spezialisten für die Medienarbeit im Nachrichtenbüro angesiedelt waren, bat er Tirpitz, dem Büro im Kriegsfall Anweisungen geben zu dürfen.[10] Büchsel erreichte sein Ziel: Ab 1907 besagte der Kriegsplan der Marine, dass Reichsmarineamt und Admiralstab im Krieg gemeinsam über das Nachrichtenbüro verfügen sollten.[11] Im Kriegsgeschäftsverteilungsplan 1913 wurde die Medienarbeit präzisiert. Der Medienkrieg war darin fest verankert: Das Nachrichtenbüro sollte mit der deutschen Presse arbeiten, während die Nachrichtenabteilung des Admiralstabs mithilfe des Auswärtigen Amtes Nachrichten in die Auslandspresse bringen würde.[12] In der Fassung des folgenden Jahres war die Rolle des Büros auf sein eigenes Betreiben hin wieder gestärkt worden. Es sollte an jeglicher Informations-

[6] Schreiben für den Mobilmachungsfall vom Admiralstab an das Reichsmarineamt, datiert auf Februar 1905, BAMA, RM 3/10371, Bl. 64.

[7] Schreiben des späteren Konteradmirals Varrentrapp, 8. 1. 1905, BAMA, RM 3/10371, Bl. 50f.

[8] Tatsächlich wurden dem Büro ab 1907 für den Mobilmachungsfall drei zusätzliche Seeoffiziere bewilligt, Mobfallregelung N, 1907, BAMA, RM 3/10371, Bl. 159.

[9] Schreiben Büchsels, 2. 4. 1906, BAMA, RM 3/10371, Bl. 127f.

[10] Ebd.; siehe auch Schreiben Boy-Eds, 20. 5. 1906, BAMA, RM 3/10371.

[11] Mobfallregelung N, 1907, BAMA, RM 3/10371, Bl. 159.

[12] Kriegsgeschäftsverteilungsplan, 7. 5. 1913, BAMA, RM 3/10371, Bl. 275–279, sowie BAMA, RM 2/1983.

ausgabe im In- und Ausland zumindest beteiligt werden.[13] Als der Krieg begann, gab es somit in der deutschen Marine einen Plan für den Medienkrieg. Er war auch deshalb zustande gekommen, weil das Büro seine Existenz im Kriegsfall hatte sichern wollen. Der Kriegsbeginn erwies sich allerdings als Herausforderung für die Pläne der Streitkräfte.

4.1 Zwischen Kontinuität und Brüchen – Der Einfluss unterschiedlicher Institutionalisierungsgrade auf die Medienarbeit bei Kriegsbeginn

Zu Beginn des Ersten Weltkriegs sahen sich die Streitkräfte Deutschlands und Großbritanniens gezwungen, ihre Medienarbeit an die Bedingungen des Krieges anzupassen. Einige Stränge der friedenstypischen Medienarbeit wurden aufgegeben, andere modifiziert. Dies verdeutliche ich im Folgenden zunächst für die deutsche Marine, dann für das deutsche Heer und schließlich für die britischen Streitkräfte.

Schnellstart mit Grenzen – Die deutsche Marine

Mit Kriegsbeginn erhielt der deutsche Admiralstab formell Zugriff auf das Nachrichtenbüro, um die Medienarbeit der Marine im Krieg zu gestalten.[14] Das Büro wurde, wie alle Stellen des Militärs, im Zuge der Mobilmachung erweitert. Kriegsfreiwillige wie Dr. Ernst Jäckh, langjähriger Leiter der *Neckar-Zeitung* in Heilbronn, verstärkten sein Personal.[15] Die Anzahl der Freiwilligen für die vergleichsweise ungefährlichen Positionen überstieg bei Weitem den Bedarf.[16] Mithilfe seiner erweiterten Kapazitäten stellte das Büro seine Arbeit auf den Krieg ein.

Zunächst sollten weiterhin der Sinn der Marine, besonders der teuren, aber weitgehend untätigen Flotte erklärt und ihr Ansehen hochgehalten werden.[17]

[13] Admiralstab an Nachrichtenbüro, 31. 1. 1914, BAMA, RM 3/10371, Bl. 307; siehe auch Alfred von Tirpitz, Deutsche Ohnmachtspolitik im Weltkriege, Hamburg 1926, S. 491. Die Trennung in In- und Auslandspresse konnte kaum als Kompetenzgrenze verstanden werden. So kommentierte beispielsweise das Kommando der Mittelmeerdivision im März 1914 die Wirkung des Funksenders in Norddeich auf ausländische Rezipienten, Schriftwechsel zwischen Kommando der Mittelmeerdivision und Admiralstab, 13. 3. 1914–4. 5. 1914, BAMA, RM 5/5325, Bl. 149 f., Bl. 157.

[14] Tätigkeitsbericht aus dem September 1914, BAMA, RM 3/9954, Bl. 178–183, S. 1.

[15] Ebd., S. 5 f.; zu Jäckh auch Tagebuch Groener, 21. 1. 1915, wiedergegeben in Groener, Lebenserinnerungen, S. 530; Harry Graf Kessler, 1916–1918 (Das Tagebuch 1880–1937, Bd. 6), hrsg. v. Roland S. Kamzelak und Günter Riederer, Stuttgart 2006, S. 831.

[16] Siehe Schriftwechsel zwischen dem Büro und der Verlagsbuchhandlung Boll u. Pickardt im Juli und August 1914, BAMA, RM 3/10266, Bl. 42 f.

[17] Tagebucheintrag Müller, 15. 8. 1914, wiedergegeben in Georg Alexander von Müller, Regierte der Kaiser? Kriegstagebücher, Aufzeichnungen und Briefe des Chefs des Marine-Kabinetts Admiral Georg Alexander von Müller 1914–1918, hrsg. v. Walter Görlitz, Göttingen 1959, S. 47; ferner Berghahn, Plan, S. 192–195.

Daher wurden unter dem Signum „Der Chef des Admiralstabes der Marine“ ab dem 3. August, eine Woche vor dem ersten Heeresbericht, Berichte über Seekriegsereignisse über Wolffs Telegraphisches Büro (WTB) ausgegeben.[18] Ende August wurde die Presse zudem gebeten, hin und wieder die Bedeutung der Hochseeflotte als *Fleet in Being* zu erklären, als einer Flotte also, die ihren Zweck bereits durch ihre Existenz erfüllte, ohne aufsehenerregende Operationen durchzuführen.[19] Zudem ließ Tirpitz Meldungen über Marineeinsätze positiv konnotieren. Den Verlust des Kreuzers *Magdeburg*, der in der Ostsee auf eine Sandbank gelaufen und dann gesprengt worden war, bezeichnete er als „ehrenvollen Untergang“.[20] Bald jedoch lösten die U-Boote die Schlachtflotte als Argument für die Bedeutung einer deutschen Marine ab: Ab dem 8. Oktober hatte ihr Kommandeur, Korvettenkapitän Hermann Bauer, gefordert, sie gegen den britischen Seehandel einzusetzen. Am 20. Oktober versenkten sie erstmals ein britisches Handelsschiff, nachdem ihnen zuvor Überraschungserfolge gegen Kriegsschiffe gelungen waren. Angesichts der britischen Wirtschaftsblockade wurde die Idee eines U-Boot-Kriegs bereits im November diskutiert. Der Chef des Admiralstabs, Admiral Hugo von Pohl, befürwortete ihren Einsatz, zumal Tirpitz ihn wegen der inaktiven Flotte zunehmend unter Druck setzte. Am Jahresende trat der ‚Vater der deutschen Flotte‘ dann selbst mit dem U-Boot-Krieg an die Öffentlichkeit.[21] Er löste damit heftigen Streit aus, innerhalb der Marine, mit dem Heer und mit der Regierung. Er fand schließlich einen Höhepunkt in Tirpitz’ Rücktritt im März 1916.[22] Auch nach dem Abgang seines Gründers blieb das Nachrichtenbüro bestehen, und die U-Boote hielten die Marine im Blickfeld der Öffentlichkeit. Das Büro wurde nun dem Admiralstab unter Admiral Henning von Holtzendorff unterstellt[23] und ab Juli 1916 gemeinsam mit dessen Presseabteilung durch Kapitän zur See Karl Boy-Ed geleitet, einen Vertrauten Tirpitz’, der bereits von 1906 bis 1909 Vorstand des Büros gewesen war.[24] Er überzeugte Holtzendorff davon, dass die „Popularität unserer Marine beim deutschen Volke

[18] Murawski, Wehrmachtbericht, S. 23.
[19] Mühsam, Belogen, S. 64 f.
[20] Kriegstagebuch des Reichsmarineamts, 28. 8. 1914, BAMA, RM 3/2620, Bl. 13; Keegan, Weltkrieg, S. 371.
[21] Bethmann Hollweg, Betrachtungen 2, S. 120 f.; Ritter, Tragödie, S. 29, S. 145–152; Jürgen Rohwer, U-Boot-Krieg, in: Gerhard Hirschfeld, Gerd Krumeich und Irina Renz (Hrsg.), Enzyklopädie Erster Weltkrieg, Paderborn 2003, S. 931–934, *passim*; Hew Strachan, Der Erste Weltkrieg. Eine neue illustrierte Geschichte, München ²2006, S. 271; Tirpitz, Ohnmachtspolitik, S. 38–92. Zu vorherigen Argumenten für den U-Boot-Einsatz Afflerbach, Falkenhayn, S. 204; Dokumente hierzu in BAMA, N 253/125, Bl. 49–51. Tirpitz behauptete später, die Idee bereits am 25. 9. 1914 mit Müller besprochen zu haben, Tirpitz, Ohnmachtspolitik, S. 111 f.; vgl. ebd., S. 156–158.
[22] Salewski, Tirpitz, S. 111; vgl. Müller, Regierte, Eintrag vom 13. 3. 1916, S. 166; Ritter, Tragödie, S. 168–170; für eine ausführliche Analyse siehe unten, Kapitel 5.
[23] Tagebucheintrag Müller, 5. 3. 1916, wiedergegeben in Müller, Regierte, S. 163; Müller an Tirpitz, 5. 3. 1916, BAMA, N 253/443.
[24] Notiz Boy-Ed, 9. 11. 1916, BAMA, RM 5/3736, Bl. 231; auch in BayHStA, MKr 13884, Bl. 231; Koszyk, Pressepolitik, S. 15 f.

[…] stark im Schwinden begriffen [sei], weil man so wenig von ihr hört und sieht."[25] Mit anderen Worten: Nicht das im Vergleich zu den Erwartungen wenig beeindruckende operative Vorgehen der Marine galt als Grund für ihre Ansehensverluste, sondern zu geringe Medienarbeit. Mehr Medienarbeit schien demnach die Lösung des Problems zu sein. Mit Holtzendorffs Segen erhöhte Boy-Ed daher den Artikelausstoß des Büros.[26] Wesentliches Thema blieben die U-Boote, abgesehen von einer kurzen Popularitätsphase der Hochseeflotte infolge der Schlacht vor dem Skagerrak.[27] Obwohl Boy-Ed zunächst meinte, die „Erhaltung der Erkenntnis und Notwendigkeit einer starken Marine im Volk, Parlament und Armee"[28] leisten zu können, musste er Ende 1917 einräumen: „Das Bureau der Marine hat aufgehört, eine vielbeachtete Einzelerscheinung zu sein. Dies umsomehr, seitdem man in ihm nicht mehr das Mundstück des vor 18 Jahren zu einem oft entscheidenden politischen Faktor gewordenen Großadmiral v. Tirpitz sieht."[29] Zwar war mit der Erhöhung des Ansehens der Marine eine im Frieden etablierte Aufgabe des Nachrichtenbüros an den Krieg angepasst und weiter verfolgt worden. Seine Arbeit für die Ausweitung der Ressourcen der Seestreitkräfte hatte es aber beendet. Bereits anlässlich der ersten Kriegsanleihe im Herbst 1914[30] sprach sich Tirpitz dagegen aus, diese für die Flottenrüstung zu beanspruchen, obwohl die eigenen Rüstungsziele noch nicht erreicht waren.[31] Angesichts der Last, die die Armee trage, sollten die Gelder „nicht auf Jahre hinaus für Flottenzwecke festgelegt werden."[32] Für diese Medienstrategie bedeutete der Kriegsbeginn also einen klaren Bruch.

Allerdings brachte der Krieg dem Nachrichtenbüro mit dem geplanten Medienkrieg auch neue Aufgaben, die in seinem Verlauf immer wichtiger wurden. Vor allem das neutrale, aber auch das feindliche Ausland rückten damit in seinen Zuständigkeitsbereich und erweiterten diesen über die deutschen Grenzen hinaus. Um die Neutralen, gerade die USA, von der Legitimität der deutschen Kriegführung zu überzeugen, produzierte das Büro in den ersten zwei Kriegstagen eine Broschüre, die abreisenden Ausländern zusammen mit deutschen Zeitungen über-

[25] Boy-Ed an Holtzendorff, 14.5.1916, BAMA, RM 5/3736, Bl. 31. Zur Reaktion des Admirals: Holtzendorff an Müller, 17.5.1916, BAMA, RM 5/3736, Bl. 20; Antwort Müllers, 23.5.1916, ebd., Bl. 21.

[26] Tätigkeitsübersicht des Nachrichtenbüros, Oktober 1917, 6.10.1917, BAMA, RM 5/3737, Bl. 265–268.

[27] Zur Skagerrak-Schlacht-Medienarbeit: Boy-Ed an Chef des Admiralstabs, 28.6.1916, BAMA, RM 5/3740, Bl. 229f.; für einen Überblick: Notizen zur Geschäftsübergabe Boy-Eds an Korv. Kapt. Scheibe, 30.8.1918, BAMA, RM 5/3738, Bl. 186; siehe des Weiteren unten, Kapitel 4.5.

[28] Gemeinsame Sitzung von P und N, 14.12.1916, BAMA, RM 5/3804, Bl. 281–283.

[29] Tätigkeitsübersicht Nachrichtenbüro, Oktober 1917, 6.10.1917, BAMA, RM 5/3737, Bl. 265–268.

[30] Kriegsanleihen wurden ab September 1914 halbjährlich aufgenommen, siehe Bruendel, Vor-Bilder, S. 81.

[31] Zum Stand der Rüstungsarbeit Michael Epkenhans, Die wilhelminische Flottenrüstung 1908–1914. Weltmachtstreben, industrieller Fortschritt, soziale Integration, München 1991, S. 10.

[32] Kriegstagebuch des Reichsmarineamts, 4.10.1914, BAMA, RM 3/2620, Bl. 28; vgl. auch Einträge ab dem 8.9., ebd., Bl. 22–28.

geben wurde.[33] Mitte August bestand bereits eine gesonderte Abteilung, die getarntes Material an etwa 25 000 Empfänger im Ausland verschickte.[34] Diese Methode war wichtig geworden, da die deutschen Grenzen vom Heer zunächst abgeriegelt worden waren und die Position von Wolffs Telegraphischem Büro im Vergleich zu den britischen und französischen Nachrichtenagenturen als zu schwach galt, um die deutsche Perspektive international sichtbar zu machen. Im Kriegsverlauf und darüber hinaus wurde diese Problematik zur Erzählung einer medialen ‚Einkreisung' zugespitzt.[35] Bei dem Versuch, Neutrale mit der deutschen Perspektive zu erreichen, kooperierte das Nachrichtenbüro des Reichsmarineamts früh mit dem Abgeordneten Matthias Erzberger und seinem Büro Berg. Von der eigenen Wirkung waren die Medienspezialisten schon im September 1914 überzeugt: „[W]enn heute selbst der deutsch-feindliche *Corriere della Sera* Nachrichten über deutsche Siege bringt, so ist es der Tätigkeit dieses Büros zu danken."[36] Dieses Zitat zeigt, dass auch Italien Ziel der Medienarbeit war. Dieses war mit Deutschland und Österreich-Ungarn verbündet, trat aber nicht in den Krieg ein.[37] Die Marine kalkulierte zwar, dass eigene Siege die Neutralen bald zugunsten der deutschen Sicht beeinflussen würden, doch sollte die Medienarbeit diesen Sinneswandel unterstützen. Daher kritisierte Tirpitz am 24. August einen antiitalienischen Artikel des Publizisten und Kapitänleutnants a.D. Ernst Graf von Reventlows als kontraproduktiv. Auf Wunsch des Auswärtigen Amts erging sogar – bezeichnend für den eher unwirschen Umgang mit den Medien in Deutschland – ein Zeitungsverbot.[38] Neben solchen Artikeln erschwerte die „zum Teil an Wahnsinn grenzende militärische Zensur journalistisch gänzlich unerfahrener verabschiedeter Offiziere"[39] des Heeres die Medienarbeit der Marine. Sie drohte, so fürchtete Löhlein, der Leiter des Büros zu Kriegsbeginn, die deutsche Berichterstattung so eintönig zu machen, dass sie im Ausland nicht mehr rezipiert würde. Um dem Einhalt zu gebieten, übernahm Löhlein ab dem 14. August die Leitung der regelmäßigen Pressekonferenzen im Reichstag, die das Heer eingerichtet hat-

[33] Tätigkeitsbericht aus dem September 1914, BAMA, RM 3/9954, Bl. 178–183, S. 1; Jäckh an Löhlein, 28. 9. 1914, BAMA, RM 3/10349, Bl. 23–35, S. 1–3. Zur Bedeutung der USA in der Medienarbeit beider Streitkräfte siehe unten, Kapitel 4.4, sowie Osgood, Total Cold War, S. 23; Taylor, Munitions, S. 177.

[34] Siehe BAMA, RM 3/10349, Bl. 12 f.; vgl. Cockerill, Fools, S. 63, wo Cockerill schildert, wie abgefangenes Material heimlich durch probritische Texte ersetzt worden sei.

[35] Siehe Notiz Broses, HSAS, E 40/72 Bü 553; Knesebeck, Wahrheit, 15–37, 44; ferner Hans Helm, Nicolai und seine Helfer, in: Freiherr Hans Henning von Grote (Hrsg.), Vorsicht! Feind hört mit! Eine Geschichte der Weltkriegs- und Nachkriegsspionage, Berlin 1930, S. 39–69, hier S. 53; Helmut Rathert, Die deutsche Kriegsberichterstattung und Presse als Kampfmittel im Weltkrieg, Großenhain i. Sa. 1934, S. 50.

[36] Tätigkeitsbericht aus dem September 1914, BAMA, RM 3/9954, Bl. 178–183, S. 2 f., Zitat S. 3; Jäckh an Löhlein, 28. 9. 1914, BAMA, RM 3/10349, Bl. 23–35, S. 4–6.

[37] Tätigkeitsbericht aus dem September 1914, BAMA, RM 3/9954, Bl. 178–183, S. 3; siehe auch Mühsam, Belogen, S. 67 f.

[38] Kriegstagebuch des Reichsmarineamts, 24. 8. 1914, BAMA, RM 3/2620, Bl. 9 f.; Altenhöner, Kommunikation, S. 155; Knesebeck, Wahrheit, S. 45. Später äußerte Tirpitz Zweifel daran, Reventlow beeinflussen zu können, Tirpitz, Ohnmachtspolitik, S. 96.

[39] Tätigkeitsbericht aus dem September 1914, BAMA, RM 3/9954, Bl. 178–183, S. 5.

te.[40] Er versuchte hier, die Ansprüche an die Informationssicherheit mit denjenigen der Einflussnahme auszubalancieren. Die Kooperationsbereitschaft der Medienvertreter erhöhte er, indem er sich für ein journalistisches Kontrollgremium stark machte.[41] Die Pressekonferenzen ersetzten bald Journalistenbesuche im Reichsmarineamt, wo seit Kriegsbeginn nicht mehr genug Raum verfügbar war, um alle Interessierten zu empfangen.[42] Auch den Umgang mit ausländischen Korrespondenten stellte die Marine auf den Prüfstand. Insbesondere der bereits erwähnte Dr. Ernst Jäckh forderte, diese gut zu behandeln, ihnen Informationen und Bewegungsspielraum zu geben. Noch im September argumentierte er, dass man gegenüber dem feindlichen Ausland in dieser Hisicht nicht zurückfallen dürfe.[43] Darüber hinaus regte er an, die Auslands-Medienarbeit der deutschen Streitkräfte und Zivilbehörden zu koordinieren. Am 5. Oktober gründeten Marine, Heer und Regierung daher beim Auswärtigen Amt die Zentrale für Auslandsdienst (ZfA).[44] In ihr wurden die 27 Stellen vereint, die sich mit der Auslandspropaganda befassten.[45]

Neben den Neutralen befasste sich die Marine auch mit den Kriegsgegnern. Hier findet sich eine Grundtendenz der Medienarbeit im Frieden wieder: Großbritannien wurde als Hauptgegner identifiziert, obwohl in der öffentlichen Diskussion zunächst Russland diese Rolle eingenommen hatte. So nutzte Tirpitz japanische Angriffe auf deutsche Stellungen in China am 24. August, um Stimmung gegen das mit Japan alliierte Großbritannien zu machen.[46] Gezielte Kampagnen

[40] Ebd. Zur führenden Rolle des Büros bei der Einrichtung der Pressebesprechungen Creutz, Pressepolitik, S. 53 f.; Nicolai, Nachrichtendienst, S. 52. Für die Zuständigkeit der Marine für die Zensur von Marinedingen Schreiben des Berliner Kriegsministeriums, 21. 8. 1914, BayHStA, MKr 13857.

[41] Creutz, Pressepolitik, S. 53 f., 68–70; dass zwischen Informationssicherheit und -ausgabe eine Balance gefunden werden musste, erkannte der VDZ an, siehe Schreiben an seine Mitglieder und zur Kenntnisnahme an das Nachrichtenbüro, 6. 8. 1914, BAMA, RM 3/10266.

[42] Bericht Löhleins, 30. 5. 1916, BAMA, RM 5/3736, Bl. 25 f.; Tätigkeitsbericht aus dem September 1914, BAMA, RM 3/9954, Bl. 178–183, S. 1, 5.

[43] Jäckh an Löhlein, 28. 9. 1914, BAMA, RM 3/10349, Bl. 23–35, hier S. 6–12; vgl. Tirpitz, Erinnerungen, S. 432.

[44] Jäckh an Löhlein, 28. 9. 1914, BAMA, RM 3/10349, Bl. 23–35, hier S. 13; Schreiben der Nachrichtenabteilung des Auswärtigen Amts, AA AN 3017, I Nr 1579 g, 5. 3. 1917, BAMA, RM 3/10350, Bl. 179; zur Koordination: Undatierte und nicht gezeichnete Notiz, vermutlich Nachrichtenbüro im späten August oder September 1914, BAMA, RM 3/10349, Bl. 1–4; siehe auch Vogel, Organisation, S. 35 f. Jürgen Wilke, Deutsche Auslandspropaganda im Ersten Weltkrieg. Die Zentralstelle für Auslandsdienst, in: ders. (Hrsg.), Pressepolitik und Propaganda. Historische Studien vom Vormärz bis zum Kalten Krieg, Köln 1997, S. 79–125, hier S. 82–87 beachtet die Rolle der Marine bei der Gründung kaum.

[45] Welch, Omission, S. 22; siehe auch Kunczik, Öffentlichkeitsarbeit, S. 143 f.; David Welch, Mobilizing the Masses. The Organization of German Propaganda During World War One, in: Mark Connelly und David Welch (Hrsg.), War and the Media. Reportage and Propaganda, London 2007, S. 19–46, S. 21 f.

[46] Kriegstagebuch des Reichsmarineamts, 24. 8. 1914, BAMA, RM 3/2620, Bl. 9 f.; Troy R. E. Paddock, German Propaganda. The Limits of *Gerechtigkeit*, in: ders. (Hrsg.), A Call to Arms. Propaganda, Public Opinion, and Newspapers in the Great War, Westport 2004, S. 115–160. Der Fokus auf Russland war für die Zustimmung der SPD zum Krieg zentral gewesen, siehe Wolfgang Kruse, Krieg und nationale Integration. Eine Neuinterpretation des sozialdemokratischen Burgfriedensschlusses 1914/15, Essen 1993, S. 25 f., 65.

sollten zudem Aufstände in Ägypten und Indien auslösen. Das Büro stellte sie jedoch bald wieder ein, da Deutschland von der internationalen Kommunikation abgeschnitten wurde,[47] und es schlicht überlastet war.[48] Somit verliefen die frühen Versuche, die Gegner durch einen Medienkrieg zu beeinflussen, im Sande.[49] Auch hinsichtlich der Neutralen zog sich die Marine bald auf eine Nebenrolle zurück. In der ZfA war im Frühjahr 1915 in der Regel nur noch das Heer auf Sitzungen vertreten.[50] Die Leitung der Pressekonferenzen gab die Marine bereits im Dezember 1914 auf.[51] Den Versuch, Neutrale Staaten durch die Übernahme von Zeitungen zu beeinflussen, stellte man ebenfalls wieder ein, nachdem Zeitungen wie dem *Giornale d'Italia* nach entsprechendem Engagement die Abonnenten wegbrachen.[52] Der Schnellstart der Marine in den Medienkrieg war also bald beendet, im Grunde so, wie Varrentrap es prognostiziert hatte: Nachdem das Nachrichtenbüro seine Medienarbeit unter Volldampf auf den Krieg umgestellt hatte, verlegte es sich auf die routinierte Arbeit im Hintergrund.[53] Sein nicht zu unterschätzender Beitrag zur Medienarbeit der deutschen Streitkräfte im Krieg war, dass es die Idee des Medienkriegs in Taten umgesetzt und Reformen im Heer angestoßen hatte.[54]

Reformen im Kielwasser der Marine – Das deutsche Heer

Als Chef des Generalstabs des Feldheeres war Moltke im Krieg oberster Berater des Kaisers in Fragen des Landkriegs. Da sich der Kaiser aus operativen Fragen heraushielt, wurde Moltke faktisch zum amtierenden Oberbefehlshaber des deutschen Heeres. Er stand der Obersten Heeresleitung vor, die im Krieg zur wichtigs-

[47] Großbritannien durchtrennte am 15. 8. die deutschen Überseetelegraphenkabel, siehe CREUTZ, Pressepolitik, S. 37 f.; HASTE, Propaganda, S. 39; Sweeney nennt den 5. 8. und kennt ein Kabel nach Brasilien, das erst ein Jahr später durchtrennt wurde, MICHAEL S. SWEENEY, The Military and the Press. An Uneasy Truce, Evanston 2006, S. 37.

[48] Tätigkeitsbericht aus dem September 1914, BAMA, RM 3/9954, Bl. 178–183, S. 4 f.; die Indien-Kampagne übernahm auf Moltkes Bitten das Auswärtige Amt, Moltke an Jagow, 2. 8. 1914, wiedergegeben in IMANUEL GEISS (Hrsg.), Juli 1914. Die europäische Krise und der Ausbruch des Ersten Weltkriegs, München 1986, S. 359–364, hier S. 360. Die Bemühungen verliefen jedoch weitgehend im Sande, siehe MARKUS PÖHLMANN, German Intelligence at War, 1914–1918, in: The Journal of Intelligence History 5 (2005), 2, S. 25–54, hier S. 50.

[49] Das gilt auch für die Propagandabemühungen nach dem Kriegseintritt der Türkei, wozu gehörte, einen Heiligen Krieg auszurufen, siehe ERICH VON FALKENHAYN, Die Oberste Heeresleitung 1914–1916 in ihren wichtigsten Entschließungen, Berlin 1920, S. 42 f., 219; siehe auch KARL-HEINZ JANSSEN, Der Kanzler und der General. Die Führungskrise um Bethmann Hollweg und Falkenhayn (1914–1916), Göttingen 1967, S. 42–44.

[50] Siehe Sitzungsprotokolle im Frühjahr 1915, BAMA, RM 3/10349.

[51] Siehe dazu unten, Kapitel 5.1.1.

[52] Schreiben des Kapitäns zur See Hopman an Capelle, 10. 11. 1914, nach TIRPITZ, Ohnmachtspolitik, S. 159 f.

[53] Siehe für die Marine und den ‚Aufruf an die Kulturwelt', der im Oktober 1914 zu einer medialen Auseinandersetzung mit Frankreich führte, BECKER und KRUMEICH, Krieg, S. 182 f.

[54] Das Büro war also mehr als eine „Episode" deutscher Medienarbeit, ALTENHÖNER, Kommunikation, S. 33.

ten militärischen Instanz Deutschlands wurde.[55] Vor dem Krieg hatte sich Moltke wenig mit den Medien befasst; eine Ausnahme war das Merkblatt für die Presse, das am 1. August 1914 ausgegeben worden war. Darin wurde den Medien für ihre Kooperation bei der Informationssicherheit eine angemessene Nachrichtenausgabe zugesichert.[56] Diese Zusage wollte Moltke einhalten.[57] Zuständig für die Medienarbeit war, wie schon vor Kriegsbeginn, Nicolais Nachrichtendienst IIIb, der nun um eine Pressesektion erweitert wurde. Deren Leiter wurde der Journalist und Major der Reserve Georg Schweitzer. Er schlug am 2. August vor, die Kooperation der Medien durch regelmäßige Pressekonferenzen sicherzustellen.[58] Die erste dieser Konferenzen fand am 3. August unter seiner Leitung statt.[59] Nicolai erinnerte die Presse daran, dass die Informationssicherheit im Zweifel Vorrang hatte: „Wir werden nicht immer alles sagen können, aber was wir Ihnen sagen werden, ist wahr."[60] Als Kern der Informationsausgabe erschien ab dem 10. August der offizielle Heeresbericht des Generalquartiermeisters.[61] Kriegsberichterstatter lieferten ab dem 20. August zusätzliche Schilderungen.[62]

Moltke sah jedoch weitere Möglichkeiten für die Medienarbeit. Schon am 2. August hatte er Nicolai eröffnet, dass die Presse ein „unentbehrliches Mittel der Kriegführung" sei.[63] Allerdings fürchtete er, dass die Erfahrungen des Generalstabs mit der Medienarbeit den Anforderungen des Krieges nicht genügen würden. Weder Nicolai noch der Leiter der in Berlin verbliebenen stellvertretenden Abteilung IIIb[64] Oberstleutnant Karl Brose galten als Freunde der Medien. Beide

[55] Wilhelm II. an Tirpitz, 8. 6. 1915, wiedergegeben in Tirpitz, Ohnmachtspolitik, S. 351; Markus Pöhlmann, Oberste Heeresleitung (OHL), in: Gerhard Hirschfeld, Gerd Krumeich und Irina Renz (Hrsg.), Enzyklopädie Erster Weltkrieg, Paderborn 2003, S. 754 f.; siehe auch Deist (Hrsg.), Innenpolitik 1, S. lii; Deist, Zusammenbruch, S. 211; Pyta, Hindenburg, S. 82; Wiegand Schmidt-Richberg, Die Generalstäbe in Deutschland 1871–1945. Aufgaben in der Armee und Stellung im Staate, Stuttgart 1962, S. 28–31, 38.

[56] Merkblatt für die Presse, BAMA, RM 3/10371, Bl. 197 f., siehe auch oben, Kapitel 3.

[57] Nicolai, Nachrichtendienst, S. 51; ferner Geschäftsanweisung für die Presseabteilung des Großen Generalstabs, 10. 8. 1914, wiedergegeben in Deist (Hrsg.), Innenpolitik 1, S. 67–69.

[58] Creutz, Pressepolitik, S. 104; Eisermann, Pressephotographie, S. 53 f.; Frey, Nicolai, S. 162; Jürgen W. Schmidt, Against Russia. Department IIIb of the Deputy General Staff, Berlin, and Intelligence, Counterintelligence and Newspaper Research, 1914–1918, in: The Journal of Intelligence History 5 (2005), S. 73–89, hier S. 74 f.; Vogel, Organisation, S. 27.

[59] Creutz, Pressepolitik S. 53 f.; Vogel, Organisation, S. 27; Deist (Hrsg.), Innenpolitik 1, S. 76, Fußnote 3. Vgl. auch Peter Bauer, Die Organisation der amtlichen Pressepolitik in der Weimarer Zeit. Vereinigte Presseabteilung der Reichsregierung und des Auswärtigen Amtes, Berlin 1962, S. 26 f.; Murawski, Wehrmachtbericht, S. 18.

[60] Nicolai, Nachrichtendienst, S. 51 f., Zitat S. 52; siehe auch Deist (Hrsg.), Innenpolitik 1, S. liii f.; Murawski, Wehrmachtbericht, S. 18.

[61] Die verantwortlichen Generalquartiermeister nennt Murawski, Wehrmachtbericht, S. 20 f.; siehe auch Geschäftsanweisung der Presseabteilung des Großen Generalstabs, 10. 8. 1914, wiedergegeben in Deist (Hrsg.), Innenpolitik 1, S. 67–69; Nicolai, Nachrichtendienst, S. 54 f.

[62] Stv. Großer GS, IIIb 5884 an MKr, 20. 8. 1914, BayHStA, MKr 13857.

[63] Nicolai, Nachrichtendienst, S. 51.

[64] Zur im Kaiserreich üblichen Aufteilung militärischer Kommandostellen in die mobile (die maßgebliche) Stelle an der Front und die stellvertretende Stelle in der Heimat siehe Deist (Hrsg.), Innenpolitik 1, S. 68, Fußnote 10.

kamen aus der Spionageabwehr und waren vor allem an der Informationssicherheit interessiert.[65] Daher bat Moltke bei Kriegsbeginn Falkenhayn, ihm Deutelmoser zur Verfügung zu stellen.[66] Falkenhayn entsprach der Bitte. Nachdem Deutelmoser seinen Nachfolger, den späteren Ufa-Direktor Hauptmann Alexander Grau, eingearbeitet hatte, übernahm er ab September die Leitung der Pressesektion des Generalstabs.[67] Er reformierte die Medienarbeit der OHL auf Basis seiner Erfahrungen, die auf denjenigen der Marine-Medienspezialisten fußten.[68] In den folgenden Monaten stärkte er die Position des Heeres innerhalb übergreifender Gremien, erlangte die Kontrolle über die Oberzensurstelle[69] und sicherte die Beteiligung des Heeres an der ZfA. Die expansiven Tendenzen institutionalisierter Medienarbeit werden hier deutlich sichtbar. Besonderes Interesse an der Medienarbeit für das Ausland zeigte das Heer zunächst jedoch nicht.[70] Ausnahmen waren die offensichtlichen Falschmeldungen über französische Angriffe auf Deutschland zu Kriegsbeginn, die den eigenen Einmarsch in Belgien legitimieren sollten.[71]

Das wichtigste Ziel der Heeres-Medienarbeit schien, wie schon im Frieden, der Versuch zu sein, das eigene Ansehen hoch zu halten und Einmischungen der Presse oder Parlamente in ‚seine Angelegenheiten' zu vermeiden.[72] Dementsprechend sollte die Kriegführung der OHL vor Kritik abgeschirmt werden. Zweifel an ihren Entscheidungen oder gar dem Krieg an sich waren unerwünscht. Das Heer stützte sich hier auf den ‚Burgfrieden', den der Kaiser verkündet hatte[73] und der in ähnlicher Form auch in den anderen kriegführenden Ländern existierte.[74] Moltke betonte am 13. August die Bedeutung der Einigkeit der Parteien. Darüber hinaus sagte er, die

> einmütige Haltung der Presse für den Krieg ist für die oberste Heeresleitung von großer Bedeutung. Sie schafft den Geist der Hingabe und Geschlossenheit für Deutschlands große Aufgabe. Dies muß während der ganzen Dauer des Krieges, mag kommen was will, so bleiben. Die Aufsichtsbehörden, die mit der Zensur der Presse betraut sind, haben den geringsten Versuch,

[65] Creutz, Pressepolitik, S. 105; Nicolai, Nachrichtendienst, S. 71. Brose war bis 1910 Leiter der Sektion IIIb und damit einer der Vorgänger Nicolais gewesen, Brückner, Nachrichtenoffiziere, S. 27 f.

[66] Notiz Deutelmosers, 1. 8. 1919, Nachlass Deutelmoser, S. 83 f.

[67] Creutz, Pressepolitik, S. 104; Nachlass Deutelmoser, S. 83 f.; Kreimeier, Ufa, S. 146–148.

[68] Creutz, Pressepolitik, S. 105.

[69] Mündlicher Bericht Löhleins, 30. 5. 1916, BAMA, RM 5/3736, Bl. 25 f.; Vogel, Organisation, S. 28.

[70] Sitzungsprotokoll vom 10. 10. 1914 und Sitzungsprotokolle im Frühjahr 1915, BAMA, RM 3/10349.

[71] Geiss (Hrsg.), Krise, S. 345.

[72] Siehe oben, Kapitel 2, sowie Afflerbach, Falkenhayn, S. 141–143.

[73] Protokolle des deutschen Reichstags, 1914/18, 1, Eröffnungssitzung, 4. 8. 1914, S. 2, online unter http://www.reichstagsprotokolle.de/Blatt_k13_bsb00003402_00013.html (zuletzt geprüft am 13. 9. 2013).

[74] Es gab in Frankreich die Union Sacrée, Creutz, Pressepolitik, S. 78 f.; zu entsprechenden Bestrebungen in Russland Eric Lohr, The Russian Press and the ‚Internal Peace' at the Beginning of World War I, in: Troy R. E. Paddock (Hrsg.), A Call to Arms. Propaganda, Public Opinion, and Newspapers in the Great War, Westport 2004, S. 91–113, hier S. 91; in Großbritannien rief die Times schon am 29. 7. 1914 die Parteien zu Einigkeit auf, Lasswell, Propaganda, S. 55.

die Einigkeit des Deutschen Volkes und der Presse durch parteipolitische Ausführungen zu stören, gleichgültig von welcher oder gegen welche Partei, sofort auf das Energischste zu unterdrücken.[75]

Allerdings hatte zuerst das Heer selbst gegen den ‚Burgfrieden' verstoßen, als es, veralteten Plänen folgend, bei Kriegsbeginn kurzfristig einige SPD-Redakteure verhaftet hatte.[76] Danach zeigte sich die Militärspitze jedoch bemüht, die Regeln des ‚Burgfriedens' einzuhalten. Zuerst wurden am 25. August in Bayern und sechs Tage später im Rest des Reiches SPD-Zeitungen in der Armee zugelassen. Die Marine folgte am 28. April 1915.[77] Dennoch bestand über den Krieg hinweg eine einseitige Neigung dazu, nationalistische und konservative Blätter zu schonen, wann immer das Militär seine Machtmittel, vor allem die Zensur, für den ‚Burgfrieden' einsetzte,[78] den die SPD im Übrigen bis Ende 1915 weitgehend einhielt.[79]

Während die Spitze des deutschen Heeres die Medienarbeit also im Gefolge der Marine langsam ausweitete und Deutelmoser ihre institutionelle Seite unter Kontrolle zu bringen begann,[80] sah der Kriegsbeginn auf britischer Seite ganz anders aus.

Das Ende der Pläne? – Medienarbeit des britischen Militärs zu Kriegsbeginn

In Großbritannien verlief die Medienarbeit zu Kriegsbeginn chaotischer als in Deutschland.[81] Eine dem Nachrichtenbüro vergleichbare Institution existierte hier nicht. Allein auf dem Gebiet der Rekrutierung konnte an bestehende Erfahrungen angeknüpft werden. Davon abgesehen bot das Press Committee zwar prinzipiell auch eine Grundlage für die Medienarbeit im Krieg, jedoch waren entsprechende Pläne zu Kriegsbeginn noch wenig ausgereift oder wurden schlicht verworfen. Hierfür war vor allem der neue Secretary of State for War Lord Kitch-

[75] Chef des Generalstabes des Feldheeres IIIb Nr. 20, gezeichnet durch Stein, 13. 8. 1914, BayHStA, MKr 13857; siehe auch Groener, Lebenserinnerungen, S. 150; Nicolai, Nachrichtendienst, S. 113.

[76] Verhey, Spirit, S. 143; beachte ferner Tagebucheinträge Riezler, 27. 7. 1914, wiedergegeben in Kurt Riezler, Tagebücher, Aufsätze, Dokumente, hrsg. v. Karl Dietrich Erdmann, Göttingen 2008, S. 191–193 und 23. 7. 1914, ebd., S. 188–190, Fußnote 6; Altenhöner, Kommunikation, S. 35; Wilhelm Deist, Strategy and Unlimited Warfare in Germany. Moltke, Falkenhayn, and Ludendorff, in: Roger Chickering und Stig Förster (Hrsg.), Great War, Total War. Combat and Mobilization on the Western Front, 1914–1918, Cambridge 2000, S. 265–279, hier S. 269 f., verweist darauf, dass die weitreichenden Pläne gestoppt wurden.

[77] Creutz, Pressepolitik, S. 56 f.; für Bayern siehe MKr 27675, 25. 8. 1914, BayHStA, MKr 13857. Siehe auch Afflerbach, Falkenhayn, S. 177 f.

[78] Becker und Krumeich, Krieg, S. 84; siehe auch Deist, Zensur, S. 156.

[79] Stegmann, Inlandspropaganda, S. 76; Welch, Omission, S. 18 f.

[80] Uziel, Blick, S. 304. Die Behauptung, das Heer sei außerhalb der Zensur nicht auf den Krieg vorbereitet gewesen, die auch Nicolai erhob, ist unhaltbar, Murawski, Wehrmachtbericht, S. 17; Nicolai, Mächte, S. 52.

[81] Siehe Sanders und Taylor, Propaganda, S. 22–25; eine mediennahe Perspektive bietet Philip Knightley, The First Casualty. The War Correspodnent as Hero and Myth-Maker from the Crimea to Iraq, Baltimore [5]2004, S. 83–100.

ener verantwortlich. Formell als Minister in einer zivilen Rolle, ohne Kommandogewalt über die British Expeditionary Force,[82] vermischte sich sein Regierungsamt mit seinem Ruf als militärischer Held. Seinen Ministerposten hatte er zu Kriegsbeginn erhalten, als die britischen Medien nach ihm verlangten, während dem ehemaligen Minister Lord Richard Burdon Haldane deutschfreundliche Tendenzen vorgeworfen wurden. Kitchener wurde in einen „demi-god status" erhoben.[83] In Großbritannien, wo die zivilen Einflüsse auf die militärische Medienarbeit im gesamten Ersten Weltkrieg stark waren, war er zu Kriegsbeginn für den wohl markantesten Bruch zwischen friedens- und kriegszeitlicher Medienarbeit verantwortlich.

Bis in die letzten Friedenstage hatten Militär- und Medienvertreter hier um die Details der Kriegsberichterstatter-Regeln gerungen.[84] Dass sie in das Kriegsgebiet reisen könnten, schien aber klar. War dies doch in Manövern 1912 und 1913 getestet worden.[85] Zu Kriegsbeginn waren 200 Lizenzen für Journalisten vorbereitet worden.[86] Auch Filmaufnahmen sollten an der Front gemacht werden. Die britische Filmwirtschaft hatte strenge Selbstzensur-Auflagen etabliert, um Probleme mit dem War Office zu vermeiden. Der dort für die Medienarbeit zuständige Brade hatte einen offiziellen Kameramann auf den Weg geschickt.[87] Bereits nach wenigen Tagen jedoch fanden all diese Pläne ein Ende: Als die BEF nach Frankreich übersetzte, blieben die Kriegsberichterstatter aus Sicherheitsgründen zurück, wie es in allen am Krieg beteiligten Ländern üblich war. Gegen Brades Widerspruch verzögerte das Foreign Office die Abreise der Journalisten, da Frankreich am 15. August erklärt hatte, dass Berichterstatter an der Front unerwünscht seien. An deren Situation änderte sich auch dann nichts, als Frankreich vier Tage später britische Journalisten zuließ – obwohl der Oberbefehlshaber der BEF, Feldmarschall Sir John French erklärte, er wäre „glad to conform in the matter of licensing Press correspondents."[88] Kitchener verhinderte dies. Drei Gründe spielten hier zusammen: seine Weigerung, die Londoner Stabsarbeit zu akzeptieren, sein Hang zur strikten Geheimhaltung und vor allem die Reaktionen auf seine persönliche Medienarbeit.

Hinsichtlich der Stabsarbeit brach mit Kitcheners Amtsantritt im War Office eine neue, beziehungsweise eine alte Zeit an. Namentlich verlor der Generalstab,

[82] Gerald French, The Kitchener – French Dispute. A Last Word, Glasgow 1960, S. 32.

[83] Zitat McEwen, Brass, S. 45; siehe auch Hankey, Command 1, S. 186; Philip Magnus, Kitchener. Portrait of an Imperialist, New York 1959, S. 278; Royle, Kitchener, S. 254 f. Zur anti-Haldane-Ausrichtung der Kampagne siehe George H. Cassar, Kitchener's War. British Strategy from 1914 to 1916, Washington, D.C. 2004, S. 21. Zur Rolle der Medien in Konflikten zwischen Politik und Militär siehe Kapitel 5.

[84] Siehe oben, Kapitel 3.1.3.

[85] Callwell, Dug-Out, S. 311 f.

[86] War Office War Book, 10. 1. 1913, TNA, WO 32/5967, S. 57; Hankey, Command 1, S. 114; Hiley, Control, S. 93 f.

[87] Hiley, Control, S. 369–380, 390 f., 417.

[88] Frenchs an Kitchener, 20. 8. 1914, Archiv des Imperial War Museum, London (IWM), Documents.14755, Private Papers of Captain Sir George Arthur, S. 4, Hiley, Control, S. 94–96, 390 f.

der im Zuge der Reformen nach dem Südafrikanischen Krieg eingeführt worden war, an Bedeutung, weil wichtige Offiziere aus seinen Reihen jetzt nach Frankreich gingen. Die Verbliebenen waren für ihre Aufgaben weniger qualifiziert und nicht in der Lage, die bestehenden Pläne des Stabs für den Kriegsfall durchzusetzen.[89] Der CIGS Generalleutnant Sir James Wolfe Murray ordnete sich dem Minister passiv unter.[90] Kitchener lehnte Generalstäbe zwar nicht ab und hatte ihre Notwendigkeit nach dem Südafrikanischen Krieg sogar betont.[91] Als Secretary of State for War verfolgte er aber seine eigenen Ideen und interessierte sich nicht für die im War Office etablierten Konzepte. Das Ergebnis war „disastrous".[92] Die Stabsarbeit litt überall, auch hinsichtlich der Medien: Der bisher zuständige Macdonogh wurde durch Oberst Douglas Lilburn MacEwen ersetzt, der im Umgang mit der Presse völlig unerfahren war.[93]

Kitcheners ausgeprägter Hang zur Geheimhaltung kam hinzu.[94] Selbst seinen Kabinettskollegen gegenüber war er verschlossen: „It is repugnant to me […] to have to reveal military secrets to twenty-three gentlemen with whom I am barely acquainted."[95] Zwar war es für Minister nicht ungewöhnlich, Teile ihrer Politik vor dem Kabinett zu verbergen. So waren die 1905 im Rahmen der Marokkokrise begonnenen Stabsgespräche zwischen Großbritannien und Frankreich, auf deren Basis nun die BEF nach Frankreich gesandt worden war, durch den Außenminister Grey bis 1911, vor einzelnen Ministern gar bis 1912, geheim gehalten worden.[96] Kitchener nahm allerdings eine Extremposition ein. Geheimhaltung galt geradezu als sein Markenzeichen: Während der Kämpfe im Sudan in den 1890er Jahren war seinen Erfolgsmeldungen immer eine Zeit spärlicher Informationen oder kompletter Informationssperren vorausgegangen.[97]

[89] Zum Rückschritt in der Stabsarbeit EHRMAN, Cabinet, S. 58 f.; GOOCH, Plans, S. 301–304; Fuller sah den neuen Stab als eine Mischung aus Studenten und „dugouts", JOHN FREDERICK CHARLES FULLER, Memoirs of an Unconventional Soldier, London 1936, S. 31; ferner CALLWELL, Dug-Out, S. 43–48; NEIBERG, Cromwell, S. 62.

[90] WOODWARD, Generals, S. 43; Murray wurde im September 1915 durch den fähigeren Generalleutnant Sir Archibald Murray ersetzt, ebd., S. 61. Vgl. CASSAR, Kitchener's War, S. 27.

[91] ROYLE, Kitchener, S. 216.

[92] MAGNUS, Portrait, S. 287 f.; zu Kitcheners Ablehnender Haltung gegenüber dem War Office nach den Reformen Haldanes siehe ROYLE, Kitchener, S. 226; PHILIP WARNER, Kitchener. The Man Behind the Legend, London 1985, S. 174.

[93] CALLWELL, Dug-Out, S. 12 f.

[94] Vgl. ARTHUR HODGES, Lord Kitchener, London 1936, S. 21.

[95] Zitat nach ROBERT BLAKE (Hrsg.), The Private Papers of Douglas Haig, 1914–1919. Being Selections from the Private Diary and Correspondence of Field-Marshal the Earl Haig of Benarsyde, London 1952, S. 35; siehe auch HANKEY, Command 1, S. 220 f.; ROYLE, Kitchener, S. 278 f.

[96] HANKEY, Command 1, S. 62; ferner EHRMAN, Cabinet, S. 36–41; DAVID LLOYD GEORGE, War Memoirs (Bd. 1), London 1933, S. 46–52; ANDREW SUTTIE, Rewriting the First World War. Lloyd George, Politics and Strategy 1914–1918, Houndmills 2005, S. 26–30. Siehe zu den verschiedenen Behauptungen dazu, wer wann was wusste JOHN W. COOGAN und PETER F. COOGAN, The British Cabinet and the Anglo-French Staff Talks, 1905–1914. Who Knew What and When Did He Know It?, in: Journal of British Studies 24 (1985), S. 110–131.

[97] HANKEY, Command 1, S. 324 f.; ROYLE, Kitchener, S. 124.

Der ausschlaggebende Grund für die Kriegsberichterstatter-Sperre lag allerdings in Kitcheners Verhältnis zu den Medien selbst. Oft wird er als „violently anti-press“ bezeichnet.[98] Belegt wird dies mit einer Episode aus dem Sudan, wo er im September 1898 einige Kriegsberichterstatter über Stunden in der Sonne habe warten lassen, um sie dann, als er zu ihnen kam, mit einem „Get out of my way, you drunken swabs“ zu bedenken.[99] Andererseits hatte er sich im Südafrikanischen Krieg als durchaus geschickt im Umgang mit Berichterstattern erwiesen.[100] Auch stand Kitchener zumindest Teilen der Medien nahe: Schon in seiner frühen Karriere galt er, der im Russisch-Osmanischen Krieg 1877/78 selbst als Kriegsberichterstatter geführt worden war, als Darling der Medien und als jemand, der sie geschickt für die Zwecke seiner Karriere zu nutzen wusste.[101] In den frühen Tagen des Ersten Weltkriegs sprach er häufig mit Repington, der immer enge Kontakte zur militärischen Spitze gepflegt hatte und erster Redakteur des *Army Review* gewesen war.[102] Auf Basis dieser Gespräche publizierte Repington einen Artikel, der Kitcheners Kabinettskollegen empörte; sie warfen dem Minister „blatant favouritism“ für Repington vor. Daraufhin zog sich Kitchener von den Medien zurück. Seine eigene, persönliche Medienarbeit, sein vertrauter Umgang mit Partnern unter den Medienvertretern, war somit ein wesentlicher Grund für seine spätere Distanz zu den Medien.[103]

Der gegen ihn erhobene Vorwurf, dass er die Kriegsberichterstatter habe zurückhalten wollen, bis er selbst an der Spitze der *New Armies* nach Frankreich ziehen könnte, geht vermutlich auf Frenchs Wahrnehmung des Militärhelden im Ministeramt als Konkurrenten zurück. Auch die Annahme, Kitchener habe befürchtet, Kriegsberichterstatter könnten dem BEF-Oberbefehlsaber French zu viel Einfluss auf die Kriegführung ermöglichen, lässt sich nicht eindeutig belegen.[104] Zweifelsfrei hatte Kitcheners Entscheidung jedoch Folgen: Medienvertreter wie Repington oder Northcliffe erblickten in ihm fortan einen Gegner, der das Kriegsgeschehen zu verheimlichen suche.[105] Auch machte seine Sperre ‚einfacher‘ Kriegsberichterstatter persönliche Kontakte zwischen führenden Militär- und Medienvertretern unbeabsichtigt zum einzigen Weg, auf dem Zeitungen an eigene Berichte von der ‚Front‘ gelangen konnten. Ein frühes Beispiel dafür, dass dieser

98 Steed, Propaganda, S. 28; Warner, Kitchener, S. 25, S. 92.

99 Warner, Kitchener, S. 98; Royle, Kitchener, S. 123 f.

100 Steinsieck, Medienkrieg, S. 93; siehe auch Ian B. M. Hamilton, The Happy Warrior. A Life of General Sir Ian Hamilton, London 1966, S. 185 f.

101 Beispielsweise im Sudan im Oktober 1885, Royle, Kitchener, S. 63. Zu Kitcheners Verbindung zum Blackwood's Magazine siehe Royle, Kitchener, S. 42; Warner, Kitchener, S. 25.

102 Gooch, Plans, S. 122 f.; Hankey, Command 1, S. 62.

103 McEwen, Brass, S. 45 f.

104 Hiley, Control, S. 96–99; vgl. Hankey, Command 1, S. 191 f.; zu Frenchs und Kitcheners Streit um die Wehrpflichtigenarmeen Warner, Kitchener, 174–178.

105 Northcliffe drückte seinen Zorn über Kitchener Anfang 1915 gegenüber Wilson aus, Charles Edward Callwell (Hrsg.), Field-Marshal Sir Henry Wilson, Bart., G.C.B., D.S.O. His Life and Diaries (Bd. 1), London 1927, S. 200 f.; siehe auch Hodges, Kitchener, S. 247; William Jackson und Lord Bramall, The Chiefs. The Story of the United Kingdom Chiefs of Staff, London 1992, S. 72 f.

Weg genutzt wurde, ist der Besuch Gwynnes bei French am 13. November 1914.[106] Zusammengenommen trugen die Gegnerschaft wichtiger Medienvertreter zu Kitchener und die unabsichtliche Förderung ihrer Kontakte zu den Kommandeuren in Frankreich dazu bei, dass im weiteren Kriegsverlauf Allianzen aus Frontkommandeuren und Medienvertretern zur Herausforderung der britischen Regierung werden konnten (siehe unten, Kapitel fünf).[107] Aber auch ohne die von Kitchener ausgebremste Kriegsberichterstattung sah die Medienarbeit des britischen Militärs zu Kriegsbeginn anders aus als geplant.

Wie in Kapitel drei geschildert, hatte man im Kontext der Informationssicherheit erwogen, offizielle Informationen zentral auszugeben; intensiv vorbereit worden war dies aber nicht.[108] Im Falle der Admiralty war nur ein Offizier bestimmt worden, im Krieg die Kommunikationszensur zu leiten: Im Mai 1914 war der damalige Kapitän zur See Brownrigg als Chief Censor of Radio Telegraphy ausgewählt worden. Brownrigg selbst heuerte angesichts der Julikrise zwei ihm bekannte Offiziere an, um ihn zu unterstützen. Gemeinsam organisierten sie ab dem 1. August die Zensur der britischen Funkstationen.[109] Vier Tage später bat ihn Oswyn Murray, auch die Medienarbeit der Marine zu übernehmen. Brownrigg willigte ein und begann, Informationen an die Presse auszugeben. Zunächst verschickte er Kommuniques an sieben Nachrichtenagenturen – für weitere Kopien seiner Schreiben fehlten ihm die Kapazitäten.[110] Ab Oktober kamen Informationsgespräche des neuen Director of Naval Intelligence, Kapitän zur See William Reginald Hall hinzu. Er traf sich allerdings zunächst nur mit einzelnen Journalisten.[111] Im War Office bot sich ein ähnliches Bild: Gemäß War Book wurden mit Kriegsbeginn zwei Offiziere als Abteilung MO 5(h) im Direktorat für Military Operations eingesetzt, um Nachrichten und gezielte Fehlinformationen zur Irreführung des Gegners auszugeben und für Informationssicherheit zu sorgen. Schnell wurde klar, dass für jede einzelne dieser Aufgaben mehr Personal benötigt würde.[112] Beide Teilstreitkräfte begannen daher mit Reformen ihrer Medienarbeit.

Noch in der Julikrise hatte das Press Committee seine Rolle als Partner des Militärs in der Informationssicherung erfüllt. Am 27. Juli war die Presse gebeten

[106] Edward Gerald Flemming French, The Life of Field-Marshal Sir John French, First Earl of Ypres, London 1931, S. 261. Vgl. zu späterer Kritik an Gwynne als zu Kitchener-nah ebd., S. 274.

[107] McEwen, Brass, S. 45–47. Siehe auch Blake, Papers, S. 92 f.; Cook, Press, S. 178 f., 185–187. Zu Protesten gegen die anfängliche Informationspolitik und Pannen bei dieser siehe Lovelace, Control, *passim*, v.a. aber S. 33–60, 128 und 173–188 sowie S. 108 zum System der ‚B', ‚C' und ‚D'-Notices; zur medialen Eigendynamik in Großbritannien siehe auch Adrian Gregory, A Clash of Cultures. The British Press and the Opening of the Great War, in: Troy R. E. Paddock (Hrsg.), A Call to Arms. Propaganda, Public Opinion, and Newspapers in the Great War, Westport 2004, S. 15–49.

[108] Siehe oben, Kapitel 3.

[109] Brownrigg, Indiscretions, S. 16 f.; Hiley, Control, S. 90 f.

[110] Brownrigg, Indiscretions, S. 19–22; Hiley, Control, S. 91; Messinger, Propaganda, S. 113.

[111] Kommentare zu Donalds Bericht von Oberst Buchan und Masterman, 6. 1. 1918, TNA, Inf 4/4b.

[112] MI7 History, S. 4 f.; Hiley, Control, S. 76–78.

worden, nichts über die aktuellen Notfallmaßnahmen zu berichten; in der Hoffnung auf entsprechende offizielle Nachrichten hatten die Medienvertreter kooperiert.[113] Auf einem Treffen am 30. Juli war Brade trotz einiger Verstöße von der Mitarbeit der Medienvertreter begeistert und versprach, „he would do his best to issue information."[114] Hierfür kam das geheime Press Committee selbst allerdings nicht in Frage, zumal seine militärischen Mitglieder angesichts des Kriegsbeginns völlig ausgelastet waren.[115] Daher wurde das Press Bureau außerhalb des Press Committee aufgebaut. Am 5. August wurde Frederick Edwin Smith nach London gerufen, um es zu gründen; dafür wurde er auch Mitglied im Press Committee.[116] Zwei Tage später kündigte Churchill das Büro im Parlament an, am 10. August nahm es offiziell seine Arbeit auf.[117] Teils in Rücksprache mit Medienvertretern errichtete Smith eine Zentrale für Informationssicherheit und Informationsausgabe; das erste Kommuniqué erschien am 11. August.[118] Entgegen der Regeln des DORA gab das Press Bureau zunächst auch Falschmeldungen aus.[119] Am 13. August reformierte das War Office die Abteilung MO 5(h), vergrößerte sie und begann die Zusammenarbeit mit dem Büro.[120] Auch Brownrigg kooperierte, bestand jedoch auf dem letzten Wort in Marinefragen.[121]

Neben diesen improvisierten Anfängen der Streitkräfte wurde die britische Medienarbeit durch die wachsenden Aktivitäten ziviler Stellen geprägt. Die Medienarbeit für Neutrale übernahm das Foreign Office, das zu Kriegsbeginn sein News Department für diesen Zweck aufbaute.[122] Eine Zentralstelle für Auslandspropaganda entstand Ende August auf Bitten Asquiths unter Charles Masterman, dem Vorsitzenden der National Insurance Commission. Diese war 1911 gegründet worden, um eine nationale Werbekampagne für die Sozialversicherung durchzuführen; dies ist ein weiteres Beispiel dafür, dass die Institutionalisierung der Medienarbeit eine wichtige Rolle für ihre Verstetigung spielte – auch außerhalb des Militärs. Mastermans Organisation bezog Quartier im Wellington House und kooperierte mit dem Foreign Office.[123] Im September kam das Neutral Press Committee unter

[113] Press Committee, Protokoll, 27. 7. 1914, TNA, Defe 53/1.
[114] Press Committee, Protokoll, 30. 7. 1914, TNA, Defe 53/1.
[115] Hiley, Control, S. 83 f.
[116] Ebd., S. 85 f.; Press Committee, Protokoll, 20. 8. 1914, TNA, Defe 53/1.
[117] Churchills Ankündigung im House of Commons, 7. 8. 1914, zitiert nach Press Censorship Manual, 14. 10. 1953, TNA, Cab 134/1139, PCC(53)3; siehe auch Hiley, Control, S. 84, 88.
[118] Haste, Propaganda, S. 30; Hiley, Control, S. 87–89; Sanders und Taylor, Propaganda, S. 29; siehe auch Memorandum des War Office, 13. 8. 1914, zitiert in Official Press Bureau Instructions, Anhang 3, Kompilation, vermutlich 1919, S. 90, TNA, Inf 4/4b; ferner Ian Stewart und Susan L. Carruthers (Hrsg.), War, Culture and the Media. Representations of the Military in 20th Century Britain, Trowbridge 1996, S. 2.
[119] Sanders und Taylor, Propaganda, S. 29.
[120] MI7 History, S. 4 f., 16; Hiley, Control, S. 89 f.
[121] Brownrigg, Indiscretions, S. 19–22; Hiley, Control, S. 91.
[122] Sanders und Taylor, Propaganda, S. 30–32.
[123] Hiley, Control, S. 37 f.; Sanders und Taylor, Propaganda, S. 40–45; siehe auch H. A. Taylor, Robert Donald. Being the Authorized Biography of Sir Robert Donald, G.B.E., LL.D., Journalist, Editor and Friend of Statesmen, London 1934, S. 151; Uhle-Wettler, Ludendorff, S. 202.

George Herbert Mair hinzu, dem ehemaligen Chefredakteur des *Daily Chronicle*; es stand zunächst unter der Aufsicht des Home Office.[124] Daneben gingen die Medien selbst daran, die ‚britische' Sicht auf den Krieg publik zu machen.

Von militärischen Medienstrategien zur Einflussnahme im Inland oder gar einem aktiven Medienkrieg gegen das Ausland konnte bei den britischen Streitkräften zu Kriegsbeginn also nicht die Rede sein – die wenig ausgearbeiteten Pläne hatten sich als unzureichend erwiesen. Allein auf dem Feld der Rekrutierung existierten Routinen, die es dem britischen Militär erlaubten, seine friedenszeitliche Praxis auf den Krieg umzustellen.

Da es in Großbritannien keine Wehrpflicht gab, musste das Militär auf Freiwillige zurückgreifen, um den Personalbedarf des kontinentalen Krieges zu decken. Bei Kriegsbeginn sah sich das War Office daher umso mehr gezwungen, den britischen Bürgern den Sinn der eigenen Kriegsteilnahme zu vermitteln.[125] Zwei Tage nach dem Kriegseintritt gab Kitchener den Startschuss für eine große Rekrutierungskampagne. Hierfür wurden vor allem Poster eingesetzt, die, wie schon vor dem Krieg, Hedley Le Bas' Caxton Advertising Agency produzierte. Die Agentur schaltete auch Anzeigen in Zeitungen, zuerst der *Daily Mail* und der *Times*. Genauer gesagt waren die Poster oft vergrößerte Versionen dieser Anzeigen. In den ersten Kriegstagen war Werbung freilich kaum notwendig. Die ersten Freiwilligen waren von der Notwendigkeit des Krieges überzeugt und überrannten die Rekrutierungsstellen geradezu. Allerdings war auch der Bedarf gewaltig: Nachdem bis zum 25. August 100 000 Rekruten gefunden waren, dauerte es nur drei Tage, bis die nächste Kampagne gestartet wurde.[126]

Am 30. August bildeten beide großen britischen Parteien das Parliamentary Recruiting Committee (PRC), um Kitcheners Kampagnen zu unterstützen.[127] Es operierte auf der Basis gemeinsamer Entscheidungen der Chief Whips und des Generals Lord Henry Seymour Rawlinsons, wurde vom War Office finanziert und griff auf die Organisation der Parteien zurück. So konnte es schnell direkte Rekrutierungsaufrufe an acht Millionen Wähler verschicken. Neben weiteren Werbemaßnahmen setzte auch das PRC, ebenfalls in Kooperation mit der Caxton Advertising Agency, auf Poster. Hierzu gehörte das bekannte Porträt Kitcheners mit dem Aufruf „Wants you" – das Vorbild hierfür war in der *London Opinion* vom 15. September 1914 erschienen. Das Motiv war eine gemeinsame Idee des Ministers und Le Bas' gewesen: Der berühmte Kitchener sollte direkt mit der Rekrutierung verbunden werden.[128] Bis Ende September wurden etwa 500 000 Freiwillige geworben, danach sank die Rekrutierungsgeschwindigkeit. In Reaktion darauf ließ das Militär ab Oktober der Werbeagentur zunehmend freie Hand und hoffte

[124] Sanders und Taylor, Propaganda, S. 36 f.
[125] Haste, Propaganda, S. 2.
[126] Aulich und Hewitt, Seduction, S. 34; Haste, Propaganda, S. 49–52.
[127] Sanders und Taylor, Propaganda, S. 22–25.
[128] Siehe George Arthur, Life of Lord Kitchener (Bd. 3), London 1920, S. 13–15; French hielt dieses Vorgehen für wenig erfolgversprechend, French, French, S. 276. Zur Präsenz der Plakate vgl. Magnus, Portrait, S. 276 f.

auf ihre Fachkenntnisse. Im Juli 1915 wurde der zweimillionste Freiwillige erfasst.[129] Damit war die Rekrutierungsrate zwar unter derjenigen der ersten Monate geblieben, dennoch wurde die Medienarbeit als Erfolg bewertet. Kitcheners Zufriedenheit wurde sogar innerhalb der Kampagnen aufgegriffen. Ab Herbst 1915 ging die Posterwerbung zurück. Einerseits kamen Filme als Werbemittel auf, andererseits wurden andere Themen wichtiger, beispielsweise der sparsame Umgang mit Nahrungsmitteln. Das letzte Rekrutierungsposter wurde im September 1915 produziert. Die Kampagne endete weitgehend, als am 6. Januar 1916 das zunächst sehr lückenhafte Gesetz über die Wehrpflicht verabschiedet wurde.[130] Bis dahin aber war dieser aus dem Frieden bekannte Strang der britischen militärischen Medienarbeit fortgesetzt worden.

Trotz einiger Brüche hatte der Kriegsbeginn also den Streitkräften und ihren Medienspezialisten die Gelegenheit gegeben, ihr Arbeitsfeld auszudehnen. Die Rolle der Medienstrategien der Einflussnahme im Militär wurde ausgeweitet, namentlich dort, wo die Medienarbeit beireits zuvor institutionalisiert worden war. Ein wirklicher Umschwung erfolgte jedoch erst im weiteren Kriegsverlauf, vor allem als Reaktion auf Krisen. Gerade die ‚Heimatfronten' wurden schnell zum Ziel einer veränderten, kriegstypischen Medienarbeit. Aus der Evolution der Medienarbeit bei Kriegsbeginn wurde dabei eine Revolution.

4.2 Kriegsalltag und Medien-Realität – Medienarbeit für die Heimat

Mit der zunehmenden Dauer des Ersten Weltkriegs schwand die Bereitschaft der Zivilbevölkerung beider Länder, den Krieg weiter zu unterstützen. Die Streitkräftespitzen reagierten auf diese zunächst schwelende, sich später aber zuspitzende Krise auch mit Medienstrategien, die auf die eigene Heimat zielten. Die Medienarbeit sollte dort die Moral (lies: die Kriegsbereitschaft) heben. Wenn sich herausstellte, dass die Maßnahmen nicht den gewünschten Effekt erzielten, zogen die Streitkräfte die Medienarbeit jedoch nicht in Zweifel, sondern intensivierten sie weiter. Der Grad dieser Intensivierung war in Deutschland höher als in Großbritannien. Dies lag nicht zuletzt daran, dass Deutschland tatsächlich in einer zunehmend schwierigen Position war, da es den Krieg verlor. Die Militärführung war sich dessen bewusst, auch wenn sie es nicht wahr haben wollte. Die Medienarbeit sollte die Niederlage zunächst verschleiern, dann umdeuten. Sie resultierte in der Dolchstoßlegende. Im Folgenden stelle ich drei analytisch trennbare Eskalations-

[129] Aulich und Hewitt, Seduction, S. 34; Haste, Propaganda, S. 51–53.

[130] Aulich und Hewitt, Seduction, S. 5f., 36; Christoph Bir, Steffen Burkert, Ralf Knuth, Oliver Lindberg, Judith Rakers und Anja Steinhorst, Bewegte Bilder – Der Film. Ein neues Medium propagiert den Krieg, in: Raoul Zühlke (Hrsg.), Bildpropaganda im Ersten Weltkrieg, Hamburg, 2000, S. 327–396, S. 357; Haste, Propaganda, S. 50–53, 77; Royle, Kitchener, S. 264–266; zur Alltagspräsenz der auch von Privatleuten eigeninitiativ unterstützten Rekrutenwerbung siehe Macdonald, Voices, z. B. S. 26, 53.

stufen der auf die Heimat zielenden Medienarbeit beider Streitkräfte vor und gehe danach auf die Dolchstoßlegende ein.[131]

Rückzüge in Richtung Medienarbeit – Expansion im ersten Kriegsjahr

Etwa einen Monat nach Kriegsbeginn wurde das britische, kurz darauf dann das deutsche Militär auf dem westlichen Kriegsschauplatz zu einem Rückzug gezwungen. Beide reagierten auf diese militärischen Krisen auch, indem sie ihre Medienarbeit intensivierten.

Zuvor, in den ersten Kriegswochen, setzte das britische Militär allein zum Zweck der Rekrutierung auf Medienstrategien der Einflussnahme. Ansonsten dominierte die Informationssicherheit: Was in Frankreich geschah, blieb im Dunkel; Kitchener weihte das Kabinett ebenso wenig ein wie die Zeitungsleser. Sogar den Fall Brüssels wollte das War Office verschweigen.[132] Das Press Bureau, das keine Nachrichten ausgeben konnte, erhielt den Beinamen ‚Suppress Bureau'.[133] Dennoch, oder gerade deshalb, beteiligte sich sein Direktor Ende August an einer Enthüllungsgeschichte.

Die BEF war am 23. August 1914 bei Mons auf deutsche Streitkräfte getroffen. Am folgenden Tag musste sie sich zurückziehen, um den Kontakt mit den französischen Verbündeten zu halten. Die Rückzugsgefechte in Richtung Amiens waren sehr verlustreich. Eines der zwei britischen Armeekorps verlor allein am 26. August 8000 Mann, also mehr als bei Waterloo.[134] Als ein Bericht hierüber zur Zensur eingereicht wurde, ließ Smith ihn passieren und ergänzte ihn um einen Rekrutierungsaufruf. Der Artikel erschien am 30. August in der *Sunday Times*; am nächsten Tag meldeten sich 30 000 neue Rekruten. Dieser Rekord wurde nicht als Reaktion der Bürger auf die Kriegslage, sondern als Zeichen für die Wirkmacht der Medien gedeutet – nicht zuletzt von deren Vertretern. Vor allem Northcliffe und die *Times* forderten, das Militär solle ihre Fähigkeiten nutzen. Sie könnten die Bevölkerung mobilisieren, wenn sie mehr Informationen erhielten.[135] Kurz nach der Gründung des Parliamentary Recruiting Committee reagierte zunächst die parlamentarische Opposition auf diese Behauptung, die den starken Medienwirkungsvorstellungen der Zeit entsprach. Anfang September forderte dann auch Premierminister Asquith eine veränderte Informationspolitik.[136] French ließ nun Verlustlisten für die Veröffentlichung erstellen, um den Sorgen der Bevölkerung

[131] Die in beiden Ländern stattfindende Werbung für Kriegsanleihen klammere ich aus, da das Militär hier beteiligt, aber nicht der primäre Akteur war, siehe z. B. KUNCZIK, Öffentlichkeitsarbeit, S. 161–163.

[132] CALLWELL, Dug-Out, S. 19f.

[133] Vgl. HILEY, Control, S. 87, 110, SANDERS und TAYLOR, Propaganda, S. 26.

[134] KEEGAN, Weltkrieg, S. 144–156; siehe auch ARTHUR, Kitchener 3, S. 37–41.

[135] Eine heroisierende Perspektive auf Northcliffes Wirkmacht liefert BEAVERBROOK, Press, S. 46.

[136] ALTENHÖNER, Kommunikation, S. 60f., 157, 182; CALLWELL, Dug-Out, S. 20f.; GOREN, Secrecy, S. 76f.; HASTE, Propaganda, S. 33f., 37; HILEY, Control, S. 111, 120f.; LLOYD GEORGE, Memoirs 1, S. 85; SANDERS und TAYLOR, Propaganda, S. 29; WOODWARD, Generals, S. 20f.

um das Schicksal der Soldaten zu begegnen.[137] Der Director of Military Operations and Intelligence, Generalmajor Sir Charles Edward Callwell, der vor dem Krieg bereits für einige Zeit als Journalist gearbeitet hatte, forderte zudem eine erweiterte Berichterstattung, da sie die Rekrutierung vorantreibe.[138]

Auch Kitchener räumte ein: „There is some impatience felt by public here."[139] Er wollte daher die Informationsausgabe verbessern. Kriegsberichterstatter lehnte er jedoch weiterhin ab. Bereits eingesetzte offizielle Bildberichterstatter wurden zurückgerufen.[140] Ersatzweise wurden dienstliche Aufnahmen von militärischen Einheiten veröffentlicht. Sie waren für die Medien jedoch uninteressant und das Experiment endete im Januar 1915.[141]

Im September 1914 allerdings schien die militäreigene Berichterstattung noch eine geeignete Antwort auf den Informationshunger der Medien zu bieten: Von Churchill inspiriert machte Kitchener Oberstleutnant Ernest Dunlop Swinton zum *Official Eyewitness*. Swinton ging nach Frankreich und begann, Berichte zu verfassen. Diese wurden vor Ort und durch Kitchener zensiert. French, der gehofft hatte, selbst Einfluss auf die Berichterstattung gewinnen zu können, war daher an Swintons Arbeit nicht interessiert.[142] Mit dieser Lösung zufrieden, verschärfte Kitchener das Reiseverbot für Berichterstatter. Die Zahl aus Frankreich berichtender Journalisten sank rapide, im Dezember waren die meisten abgereist. Die Medien auf der anderen Seite waren mit dem ‚Augenzeugen' alles andere als zufrieden. Sie protestierten weiter und fanden im Foreign Office einen Verbündeten.[143] Gerade Northcliffe wollte Journalisten an der Front wissen. Solange dies verboten war, wollte er auch nicht für Rekruten werben. Eine entsprechende Bitte des War Office lehnte er ab, was einmal mehr darauf hindeutet, dass die Medien in Großbritannien nicht als Befehlsempfänger des Militärs oder der Regierungen auftraten – zumindest einflussreiche Zeitungsbesitzer wie Northcliffe. Dieser warnte zudem Asquith und French, dass die deutsche Bevölkerung durch die dortigen Kriegsberichterstatter umfassend mobilisiert werde.[144] Das Parlament stellte sich hinter ihn. Lord Curzon betonte, dass man nicht nur mit Rückschlägen werben könne.[145]

[137] French an Kitchener, 30. 8. 1914, IWM, Documents.14755, Private Papers of Captain Sir George Arthur, S. 18.

[138] Callwell an Robertson, 5. 4. 1915, Liddell Hart Centre for Military Archives, London (LHCMA), Robertson 7/2/18; siehe auch Hiley, Control, S. 120f.

[139] War Office an GHQ, 29. 8. 1914, IWM, Documents.14755, Private Papers of Captain Sir George Arthur, S. 18.

[140] Bir et al., Film, S. 356; Hiley, Control, S. 390f.; Oppelt, Film, S. 133; Taylor, Munitions, S. 212.

[141] Hiley, Control, S. 289–291.

[142] Ebd., S. 123–125; Swinton, Eyewitness, S. 18–20.

[143] Hiley, Control, S. 122f., 126–132.

[144] Ebd., S. 133f.; Martin Schramm, British Journalism in the Great War, in: Frank Bösch und Dominik Geppert (Hrsg.), Journalists as Political Actors. Transfers and Interactions Between Britain and Germany Since the Late 19th Century, Augsburg 2008, S. 56–73, hier S. 66f.; Welch, Omission, S. 24.

[145] Haste, Propaganda, S. 37; Hansard, House of Lords Debate, 11. 11. 1914, Bd. 18, Sp. 3–53, online unter http://hansard.millbanksystems.com/lords/1914/nov/11/select-vestries (zuletzt geprüft am 13. 9. 2013).

Auch French setzte sich für von Kitchener unabhängige Berichterstatter ein. Bereits im November hatte er mit Gwynne die öffentliche Meinung in Großbritannien diskutiert.[146] Im Dezember kam Bewegung in die Debatte: Frankreich ließ britische Journalisten an einer Frontreise teilnehmen.[147] Im Januar 1915 erfuhr French, immer auf der Suche nach Rekruten,[148] dass der französische Oberbefehlshaber General Joseph Joffre Kriegsberichterstatter nicht ablehnte. Während eines London-Aufenthalts im Februar drängte er dann Kitchener, auf die Wünsche der Medien einzugehen. Angesichts der Forderungen des Foreign Office und der Medien erlaubte dieser French, fortan zweimal pro Woche offizielle Berichte auszugeben. Zudem sollten Pressereisen zur BEF stattfinden.[149] Nach der ersten dieser Fahrten, im März, blieben Valentine Williams von der *Daily Mail* und Frederick Palmer von der Associated Press of America (AP) im General Headquarters (GHQ). French unterstützte Williams' Eintreten für Journalisten an der Front und ermunterte die United Press, angesichts des AP-Konkurrenten im GHQ einen eigenen Repräsentanten zu fordern.[150] In den folgenden Monaten nutzte French ‚seine' Medienvertreter für den Versuch, mehr Rekruten und Munition zu erhalten (siehe auch Kapitel fünf). Innerhalb der Streitkräfte kritisierte vor allem der Kommandeur des 1. Armeekorps der BEF, Haig, diese Medienarbeit Frenchs – obwohl er selbst persönliche Medienbeziehungen pflegte.[151] Tatsächlich hegte er vor allem einen persönlichen Groll gegen Repington, dem er vorwarf, in einem Artikel eine eigene Stellung verraten und so ihren Beschuss durch feindliche Artillerie ermöglicht zu haben.[152] Dass French diesen „scoundrel" als „advertising agent" verwendete, widerstrebte ihm.[153] Gleichwohl sah auch Haig, ebenso wie andere Militärvertreter, in der Kooperation mit den Medien eine Möglichkeit, die Heimat zu mobilisieren. Haigs Nachrichtendienstchef Major John Charteris, der 1912 als Kriegsberichterstatter in Bulgarien gewesen war, bezeichnete den Besuch einiger Korrespondenten Anfang März als „first concession to the quite legitimate demand of the great British Public for independent news".[154] Callwell erklärte im selben Monat, es sei „bad policy not to tell the truth so long as telling it gave the

[146] Tagebucheintrag French, 13. 11. 1914, wiedergegeben in French, French, S. 261.

[147] Press Committee, Protokoll, 18. 12. 1914, TNA, Defe 53/1.

[148] Er erwog sogar, die Produktion eines Rekrutierungsfilms zu unterstützen, Hiley, Control, S. 390f.

[149] Notiz Frenchs, 10. 2. 1915, IWM, JDPF 7/2 (2); Entwurf für Frenchs Erinnerungen an die beiden ersten Kriegsjahre, IWM, JDPF 7/12, S. 317; French, French, S. 276; Hiley, Control, S. 137–139; Sanders und Taylor, Propaganda, S. 33; das Foreign Office war von Theodore Roosevelt bedrängt worden, mehr Berichte zu liefern, Sweeney, Truce, S. 39f.

[150] MI7 History, S. 5; Hiley, Control, S. 140–144.

[151] Zu seinen Besuchern beim 1. Korps gehörten u. a. Percival Landon vom Daily Telegraph und der Redakteur der Daily News Gardiner, vgl. Blake, Papers, S. 95, 102.

[152] Siehe Blake, Papers, S. 83, 92f.; Gerard J. De Groot, Douglas Haig. 1861–1928, London 1988, S. 193f.; Hiley, Control, S. 155.

[153] Haig an Rothschild, 20. 5. 1915, zitiert nach De Groot, Haig, S. 193f.; siehe auch ebd., S. 63; ferner Blake, Papers, S. 219.

[154] Charteris, GHQ, S. 79; auch er kritisierte allerdings Repingtons Verhalten, ebd., S. 94; zu seiner Arbeit für die Medien ebd., S. 33.

enemy no information." Das bisherige Schweigen habe dazu geführt, „that the country only partially realises that it is at war, and that you do not get the ammunition that you ought to be getting." Er wollte Journalisten vom Kriegsschauplatz berichten lassen. Dies helfe „to bring home to the people what is going on in a way that neither official communiqués nor Swinton's admirable, but somewhat rose-coloured, descriptions do."[155]

Die Politik des Schweigens geriet vollends in die Defensive, als offiziell Kriegsberichterstatter durch die Marine zugelassen wurden: Zunächst hatte es Filson Young im November 1914 mit Fishers Hilfe geschafft, als Mitglied der Marinereserve auf dem Flaggschiff Beattys eingesetzt zu werden, der die von Fisher geschätzten Schlachtkreuzer kommandierte. Zwar lehnte Fisher seinen Einsatz als ‚Augenzeuge' ab, den der First Lord Churchill später vorschlug, Young fungierte aber als Chronist und verfasste nach dem Krieg ein Buch über sein halbes Jahr bei der Flotte.[156] Vor diesem Hintergrund bat am 11. März 1915 Ellis Ashmead-Bartlett Churchill, von der Dardanellen-Operation berichten zu dürfen.[157] Da die Marine seit Herbst 1914 unter Rechtfertigungsdruck stand, weil sie die deutsche Flotte nicht ‚stellte', zeigte sich Churchill aufgeschlossen, den Angriff gegen das Osmanische Reich in den Medien hervorzuheben.[158] Nach Rücksprachen mit Kitchener, Greene und Riddell genehmigte er eine Gruppe, die als Pool für die britische Presse fungieren sollte.[159] Der ursprünglich als ‚Augenzeuge' vorgesehene Major George Peel wurde zum Begleitoffizier.[160] Der lokale Oberbefehlshaber General Ian Hamilton hoffte, über die Berichterstatter Verstärkungen ‚seiner' Front erreichen zu können. Churchill jedoch zensierte die Berichte selbst; negative Nachrichten veröffentliche er nur zusammen mit positiven. Als später das War Office die Führung der Operation bei Gallipoli übernahm, wachte dieses über sein Recht, die verfügbaren Kräfte zwischen den verschiedenen Kriegsschauplätzen zu verteilen. Da zudem Ashmead-Bartlett in seinen Berichten immer kritischer wurde, war Hamilton bald vor allem damit befasst, sich gegen dessen Vorwürfe zu schützen – während die übrigen Kriegsberichterstatter weitgehend seinen Wünschen entsprachen.[161] Allen Kompetenzkonflikten zum Trotz verfügten diejenigen in Militär, Medien und Politik, die in den Medien eine wichtige Hilfe

[155] Callwell an Robertson, 23. 3. 1915, LHCMA, Robertson 7/2/16; siehe auch Callwell, Dug-Out, S. 313 f.

[156] Filson Young, With the Battle Cruisers, Annapolis 1986, S. ix, 44–50, 238–241; Stephen Roskill, Admiral of the Fleet Earl Beatty. The Last Naval Hero. An Intimate Biography, London 1980, S. 95.

[157] Ashmead-Bartlett an Churchill, 11. 3. 1915, TNA, Adm 1/8427/205.

[158] Roskill, Beatty, S. 82 f.

[159] Für Diskussionen über die Verteilung z. B. Press Committee, Protokoll, 27. 4. 1915, TNA, Defe 53/1.

[160] Churchill an Greene, 13. 3. 1915, TNA, Adm 1/8427/205; Riddell an Greene, 17. 3. 1915, TNA, Adm 1/8427/205; Admiralty an Vice-Admiral Commanding, Eastern Mediterranean Squadron, J. M. de Robeck, 26. 3. 1915, TNA, Adm 1/8427/205; siehe auch Hiley, Control, S. 144 f.

[161] Schriftwechsel zwischen Admiralty und War Office zur Verantwortungsübergabe, TNA, Adm 1/8427/205; Hiley, Control, S. 297; ferner Brownrigg, Indiscretions, S. 26 f.; Hiley, Control, S. 164–187.

für die Mobilisierung der Heimat sahen, nun über Präzedenzfälle. Noch im April erreichten Northcliffe und Riddell Kitcheners Zustimmung zu dauerhaften Kriegsberichterstattern an der Westfront. Im Mai bezog die erste Gruppe ihr Quartier. Auf Wunsch der Filmindustrie und des PRC wurde ein offizieller Kameramann eingesetzt. Nicht zuletzt die Hoffnung, mithilfe der Medienarbeit die Heimat mobilisieren, Ressourcen einwerben und das Ansehen der Streitkräfte hochhalten zu können, hatte Kitcheners Bedenken verdrängt.[162] Das britische Militär ließ sich im Namen dieser aus dem Frieden bekannten Ziele auf eine erweiterte Medienarbeit ein – auch wenn diese zunächst nur in Zugeständnissen an die Medien bestand. Die deutschen Streitkräfte gingen hier weiter.

Am 9. September 1914 musste sich das deutsche Heer von der Marne zurückziehen. Der Schlieffenplan, Dreh- und Angelpunkt der deutschen Kriegführung, war gescheitert.[163] Fünf Tage später ersetzte Falkenhayn Moltke als Chef des Generalstabs, was bis zum 3. November verschwiegen wurde, um die Bedeutung der Niederlage zu verschleiern.[164] Falkenhayn konnte zwar bis Ende September die Front stabilisieren. Er sah jedoch keinen Weg mehr, den Krieg zu gewinnen. Als er zumindest Rückschläge einräumen wollte, intervenierte Reichskanzler Theobald von Bethmann Hollweg. Er fürchtete, die Bevölkerung, die wegen der bisherigen Meldungen an die deutsche Überlegenheit glaubte, werde bei einem solchen Eingeständnis das Vertrauen in die gesamte Reichsleitung verlieren.[165] Falkenhayn ließ sich überzeugen. Er führte den Krieg weiter, als wäre nichts gewesen, und verlor aus den Augen, was erreichbar war.[166] Nach dem Krieg schrieb er wissend – und von seiner Verantwortung ablenkend: „Nichts hat wahrscheinlich mehr zu dem jämmerlichen Ausgang des Krieges beigetragen als der Umstand, daß diese Tatsache [die strategische Misere, CG] erst zu der Zeit, als nichts mehr zu retten war, der Masse des Volkes enthüllt wurde."[167] Im Herbst 1914 jedoch begann er

[162] MI7 History, S. 5; J. BROOKE WILKINSON, The War Years. Kapitel XI (Entwurf), TNA, Inf 4/2; BIR et al., Film, S. 357; HILEY, Control, S. 147–153, 417–424; OPPELT, Film, S. 133; PALMER, D-Notice, S. 236, irrt mit der Behauptung, Kitcheners „ban on correspondents" habe für zwei Jahre gehalten. Für eine Analyse der Dynamiken zwischen Militärspitze und Regierungen siehe unten, Kapitel 5.2.1.

[163] GROENER, Lebenserinnerungen, S. 178f., 259, 328; FRITZ VON LOSSBERG, Meine Tätigkeit im Weltkriege 1914–1918, Berlin 1939 (LOSSBERG, Tätigkeit), S. 26, 42f, 47, 55, 77; MOMBAUER, Moltke, S. 251; vgl. ferner HODGES, Kitchener, S. 238.

[164] AFFLERBACH, Falkenhayn, S. 190; FALKENHAYN, Heeresleitung, S. 1; JOSEF STÜRGKH, Im Deutschen Großen Hauptquartier, Leipzig 1921, S. 79.

[165] Auch später noch hielt er sein Vorgehen für gerechtfertigt, da es die Moral der Heimat geschützt habe, siehe BETHMANN HOLLWEG, Betrachtungen 2, S. 25f.; siehe auch ROGER CHICKERING, Imperial Germany and the Great War. 1914–1918, Cambridge 1998, S. 46–50; GÜNTER WOLLSTEIN, Theobald von Bethmann Hollweg. Letzter Erbe Bismarcks, erstes Opfer der Dolchstoßlegende, Göttingen 1995, S. 114f.

[166] CREUTZ, Pressepolitik, S. 80–84; siehe auch AFFLERBACH, Falkenhayn, S. 204–210; JANSSEN, Kanzler, S. 52; KOSZYK, Deutelmoser, S. 524; MOMBAUER, Moltke, S. 251, 271–275; MÜHSAM, Belogen, S. 24. Ritter urteilt, dass Falkenhayn im Vergleich mit Ludendorff noch realistisch dachte, RITTER, Tragödie, S. 53f.

[167] FALKENHAYN, Heeresleitung, S. 241. Der von ihm angedeutete Zeitpunkt war der Oktober 1918, VERHEY, Lessons, S. 109; Ludendorff schrieb später ähnliches, ERICH LUDENDORFF, Der totale Krieg, München 1935, S. 26f.

selbst, die Krise zu verschleiern. Der Rückzug wurde im Heeresbericht als gewolltes Absetzmanöver dargestellt, in Gefangenschaft geratene Soldaten gab es nicht, und verlorene Geschütze wurden zu erbeuteten umgeschrieben.[168]

Diese ‚kosmetischen' Korrekturen waren nur der Anfang einer beginnenden Umdeutung des Kriegsverlaufs. Im November verteilte Wandel auf kaiserlichen Befehl hin Ergänzungen zum Merkblatt für die Presse. Diese wurde für ihre Kooperation gelobt, aber auch kritisiert: Einzelnen Blättern wurde eine „nicht ganz angemessene Sprache" vorgeworfen.[169] Den Medien wurde empfohlen, ihre Berichte künftig an fünf Leitsätzen zu orientieren: Erstens galt es, den ‚Burgfrieden' zu wahren und den „Eindruck der deutschen Einheit und Energie" nicht zu beschädigen. Zweitens sollte klar gestellt werden, dass Deutschland letztlich einen Befreiungskrieg führe, gegen die „Despotie" Russlands und die „Welthegemonie" Großbritanniens – auch im Namen der von diesen Mächten unterdrückten „Völker". Der dritte und fünfte Leitsatz bezogen sich auf den Tonfall der Berichterstattung. So sollte „eine würdige Sprache" den Respekt vor den Gegnern anzeigen und nicht zu „barbarischer Kriegsführung" aufgerufen werden. Derlei sei „abstoßend" und nicht mit der eigenen Würde vereinbar. „Unser Schild muß rein bleiben." Von politischer Brisanz war vor allem der zwischen diesen beiden Hinweisen auf die Sprechweise angesiedelte vierte Leitsatz. Hiernach sollte Kritik an der deutschen Außenpolitik unterbleiben. Letzterer Passus erregte den größten Aufruhr; tatsächlich sollten damit Kriegszieldiskussion verhindert werden.[170] Doch auch die übrigen Richtlinien sind erhellend. Vom Aufruf, den ‚Burgfrieden' zu wahren, bis zur Kritik an der Sprache: Ganz anders als in Großbritannien, wo die Medien, nicht zuletzt auf deren eigenes Drängen hin, als Partner für die Mobilisierung der Heimat herangezogen wurden, sollten sie sich in Deutschland nicht in die Angelegenheiten der militärischen Führung mischen, sie vor Kritik abschirmen und ihr vertrauen. Dies entsprach der im Frieden etablierten Medienstrategie des deutschen Heeres. Darüber hinaus waren die Leitsätze der Grundstein eines Narrativs vom möglichen Sieg, vom „Trotzdem".[171] Sie waren damit der Ausgangspunkt einer kriegsspezifischen Medienstrategie, einer medienbasierten (Um-)Deutung der Realität, die in den weiteren Kriegsjahren voll entfaltet wurde.

Ihre Konstruktion begann noch 1914 und war eng mit derjenigen zum Schutz des Ansehens der OHL verbunden. Am 7. Dezember rief Generalquartiermeister General Adolf Wild von Hohenborn die Streitkräfte auf, ihm Berichte über Heldentaten an der Front zu schicken. Diese sollten an die Heimatpresse gehen, „den Helden zur Ehre, ihren Angehörigen zum Stolz, den jungen Mannschaften zum

[168] Demm, Ostpolitik, S. 54 f.

[169] Auch folgende Zitate: Preußischer Kriegsminister an die Militärbefehlshaber, Nr. 3620/114. g. A. 1, 9. 11. 1914, wiedergegeben in Deist (Hrsg.), Innenpolitik 1, S. 81–83; auch: BAMA, RM 3/21; siehe auch Becker und Krumeich, Krieg, S. 93. Zum hiermit verbundenen Streit zwischen Militärspitze und Regierung siehe unten, Kapitel 5.1.

[170] Siehe Auszug aus dem Protokoll der Pressekonferenz, 30. 11. 1914, wiedergegeben in Deist (Hrsg.), Innenpolitik 1, S. 85 f., vor allem Fußnoten 3, 4 und 5, sowie ebd., S. 255–258 und Verweise in Fußnote 4.

[171] Groener, Lebenserinnerungen, S. 226.

Ansporn."[172] Der Kaiser ließ hierzu eine Kriegsnachrichtenstelle gründen. Falkenhayn erläuterte, dass es deren Ziel sei, „an der Hand der Gefechtsberichte einzelne in sich abgeschlossene Gefechtshandlungen, vor allem unter Berücksichtigung hervorragender Leistungen von Truppen oder Einzelpersonen der Öffentlichkeit zu übergeben."[173] Ruhmreiche Geschichten von der Front sollten eine Erzählung militärischer Heldentaten etablieren und die Zivilbevölkerung inspirieren.[174] Da Kriegsberichterstatter dieses Narrativ hätten hinterfragen können, verbot Hohenborn am 28. Dezember kurzerhand Kritik an der Kriegführung. Nur die OHL sei in der Lage, die Kriegsentwicklung insgesamt zu bewerten. Die Perspektiven einzelner Personen oder auch Armeen seien dazu ungeeignet.[175] Die Oberzensurstelle ergänzte Anfang Januar 1915 ein Verbot, Lageeinschätzungen der ausländischen Presse wiederzugeben: „*Kritische* Betrachtungen über die Führung unserer militärischen Operationen […] eignen sich während der Dauer des Krieges nicht zur Veröffentlichung, auch wenn sie günstig und anerkennend lauten."[176] Es galt, der OHL zu vertrauen und an den Sieg zu glauben.

Im Januar 1915 ließ Moltke, inzwischen Chef des stellvertretenden Generalstabs,[177] in einem Interview eine zusätzliche Ebene dieses Narrativs aufblitzen. Er sagte, dass die Armee bisher „übermenschliche[s]" geleistet habe, weil die Heimat hinter ihr stehe: „Der Ausgang des Krieges hängt nicht allein von der Armee ab. Zur anderen Hälfte *bestimmt das Volk selbst den Ausgang des Krieges.* Die Haltung, die wir hier zuhause zeigen, wirkt durch Millionen Fäden zurück auf die Haltung unserer Soldaten."[178] Damit erklärte der gescheiterte Chef der OHL, dass die Moral der Heimat mitverantwortlich für die militärischen Erfolge, aber auch die Niederlagen sei. Er übertrug die Verantwortung der Militärführung zumindest teilweise auf die Heimat; dies war ein erster Schritt auf dem Weg zur Dolchstoßlegende.[179] Zugleich nahm die kriegsspezifische Medienstrategie, die auf die Moral der Heimat abzielte, hier Form an.

Daneben suchten die Streitkräfte nach weiteren Wegen, abweichende Perspektiven auf den Krieg zu unterbinden. In deutschen Kinos durften ab Januar 1915 nur noch Filme gezeigt werden, denen zugetraut wurde, die Stimmung zu heben.[180] Filme des Kameramanns der OHL, Fröhlich, sollten ein genehmes Bild

[172] Generalquartiermeister West (Zoellner) Ia Nr. 6521, 7. 12. 1914, GLAK, 456 F6/225.

[173] Chef Generalstab des Feldheeres, M.J. Nr. 12150 K, 24. 12. 1914, GLAK, 456 F1/367.

[174] Siehe auch FALKENHAYN, Heeresleitung, S. 21.

[175] Chef Generalstab des Feldheeres M.J. Nr. 12073, 28. 12. 1914, GLAK, 456 F6/225 und GLAK, 456 F1/412.

[176] 42 O.Z., 6. 1. 1915, BayHStA, MKr 13859; Hervorhebung im Original.

[177] MOMBAUER, Moltke, S. 271–275.

[178] Wiedergabe des Interviews in den MÜNCHENER NEUESTEN NACHRICHTEN, undatierte Kopie, HSAS, E 40/72 Bü 553, Hervorhebung im Original; zur Datierung siehe Änderungswünsche des Karlsruher Innenministeriums zur Wiedergabe des in Berlin bereits veröffentlichten Interviews, 22. 1. 1915, GLAK, 456 F8/316; ferner, zur Verbindung heimatlicher Haltung und Heeresleistung, NICOLAI, Mächte, S. 179.

[179] Siehe BECKER und KRUMEICH, Krieg, S. 288–294; KOSZYK, Pressepolitik, S. 117; beachte ferner unten, Exkurs zur Dolchstoßlegende.

[180] WELCH, Omission, S. 44 f.

der Front vermitteln.[181] Dennoch ließ die vom Militär geforderte einmütige Moral der Heimat zu wünschen übrig. Diskussionen über die Kriegsziele und Debatten über den Einsatz der U-Boote spalteten sie. Zwar wurden Kriegsziele im Frühjahr 1915 zum militärischen und damit zensurpflichtigen Thema erklärt, doch ebbte die Debatte nicht ab. Gerade ‚nationale' Blätter wie die *Deutsche Tageszeitung* führten sie mit Nachdruck.[182] Das Militär sah freilich vor allem solche Beiträge als Problem, die an Deutschlands Sieg zweifelten, indem sie beispielsweise einen Verhandlungsfrieden erwähnten.[183] Ein Mitarbeiter des Kriegsministeriums, Major van den Bergh, forderte daher, die OZ zu einer „Kriegspressezentrale" auszubauen, um die mediale Debatte positiv beeinflussen zu können. Der Kaiser griff die Idee auf und ordnete an, die neue Zentralstelle beim Kriegsministerium zu gründen.[184] Am 14. Oktober entstand das Kriegspresseamt (KPrA), das Nicolai unterstellt wurde. Seinen Kern bildete die Presseabteilung des Generalstabes. Deren Chef, Deutelmoser, wurde erster Leiter des KPrA. Die Oberzensurstelle wurde dem KPrA angegliedert, damit es die Medien durch Zensur und Informationsausgabe zugleich beeinflussen konnte.[185]

Während das britische Militär also eher zögernd und passiv den Wünschen der Medien nach besserer Berichterstattung nachgegeben hatte, um so die Heimat besser für den Krieg aktivieren zu können, hatte das deutsche Militär seine Medienarbeit über Restriktionen und Sprachregelungen in Richtung einer aktiven Einflussnahme auf die Medieninhalte ausgeweitet. Einmal mehr zeigte sich daran, dass die Medien hier weniger als Partner denn als Befehlsempfänger in einem stark auftretenden, interventionistischen Staat gesehen wurden. Mit ihrer Hilfe wollten die Streitkräfte den Anschein der planmäßigen Kriegführung durch die OHL wahren und so das Vertrauen der Heimat erhalten.[186] Die aktive Medienar-

[181] AOK 3 IIc 5581, 20. 10. 1915, GLAK, 456 F6/225.

[182] Siehe Mühsam, Belogen, S. 70; Tagebucheintrag Müllers vom 23. 6. 1915, wiedergegeben in Müller, Regierte, S. 110; Ritter, Tragödie, S. 50 f.; Aufzeichnung des Admiralstabschefs über eine Besprechung beim Reichskanzler am 22. 6. 1915, wiedergegeben in Tirpitz, Ohnmachtspolitik, S. 364–366; Welch, Omission, S. 65–75; die Kriegszieldiskussionen wurden nicht auf einmal verboten, sondern in mehreren Schritten reguliert, beginnend schon im August 1914, beachte hierzu Adolf Wild von Hohenborn, Briefe und Tagebuchaufzeichnungen des preußischen Generals als Kriegsminister und Truppenführer im Ersten Weltkrieg, hrsg. v. Helmut Reichold, Boppard am Rhein 1986, S. 143, Fußnote 2.

[183] Vgl. z. B. Berichterstattungssperre über eine Rede des Abgeordneten Bauer, Kriegsministerium Nr. 3526/15 g. A 1, 27. 8. 1916, BAMA, PH 3/595.

[184] Altenhöner, Kommunikation, S. 55; Vogel, Organisation, S. 28 f.; siehe auch 567 O.Z., 27. 8. 1915, BayHStA, MKr 13867.

[185] Altenhöner, Kommunikation, S. 55; Creutz, Pressepolitik, S. 107–115; Nicolai, Nachrichtendienst, S. 8, 13 f., 75–77; Stegmann, Inlandspropaganda, S. 78; Vogel, Organisation, S. 28 f.; siehe auch Chef Generalstab des Feldheeres I 9386 Pr. (IIIb), 24. 9. 1915, BayHStA, MKr. 13868; als funktionstüchtig galt das KPrA erst am 5. 12., Chef des Generalstabes des Feldheeres, Abt. IIIb, Chef 644/II, 5. 12. 1915, BAMA, PH 3/602, Bl. 90.

[186] Dies beobachtete bereits Hellmut von Gerlach, siehe Adolf Wild, Ein Demokrat mit nüchternem Sinn – Hellmut von Gerlachs Inneneinsichten zum Ersten Weltkrieg, in: Hellmut von Gerlach, Die grosse Zeit der Lüge. Der Erste Weltkrieg und die deutsche Mentalität, hrsg. v. Helmut Donat und Adolf Wild, Bremen 1994, S. 11–20, hier S. 15.

beit wurde schnell zur Routine, beispielsweise in Form der Heldentatenberichte. Im November 1915 erinnerte General Hugo von Freytag-Loringhoven, inzwischen als Generalquartiermeister für den Heeresbericht zuständig, daran, dass sie weiterhin eingereicht werden sollten, da die heimatliche Bevölkerung nach ihnen verlange.[187] Zunächst reagierten vor allem sächsische Einheiten. Als diese zunehmend Prominenz in den Medien erlangten, folgten andere Verbände.[188] Damit legte das deutsche Militär den Grundstein einer Medienstrategie, deren Ziel es war, die Einstellung der Heimat zum Krieg zu beeinflussen, die also als kriegstypisch verstanden und in den Bereich des Medienkriegs gezählt werden kann.

Grenzen des Medienmöglichen? – Scheitern und Ausbau der Medienarbeit für die Heimat in der Kriegsmitte

Das Jahr 1916 gilt als Phase des Um- oder gar Aufbruchs in der militärischen Medienarbeit.[189] Tatsächlich intensivierten beide Streitkräfte von Ende 1915 bis Mitte 1917 ihre Medienarbeit für die Heimat, um den zunehmenden Belastungen des andauernden Krieges zu begegnen.

Die Hoffnung des deutschen Militärs, mit der Medienarbeit die Probleme der Kriegführung verschleiern zu können, zerbrach bereits Ende 1915. Die Nahrungsmittelknappheit, über die sich das Kriegsministerium ab November regelmäßig berichten ließ, war auch für die Streitkräfte unübersehbar geworden; die Moral der Heimat sank.[190] Im Rückblick schrieb Deutelmoser: „Es hat sich ferner gezeigt, daß das Maß von innerer Geschlossenheit, dessen wir bedurft hatten, […] nicht zu erzielen war. Die wichtigste unter den mannigfaltigen Ursachen dafür waren ohne Zweifel die Schwierigkeiten der Volksernährung.“[191] Die Vorzensur über „Mangel oder

[187] Genqum IIb 30470, 7. 11. 1915, GLAK, 456 F6/225.

[188] Chef des Generalstabs der 7. Armee, Ia 134 Nov., 29. 11. 1915, GLAK, 456 F 1/366.

[189] Beispielsweise für Deutschland WELCH, Omission, S. 18 f.; für Großbritannien SANDERS und TAYLOR, Propaganda, S. 28.

[190] Siehe HARTMUT BERGHOFF, Rationierung, in: Gerhard Hirschfeld, Gerd Krumeich und Irina Renz (Hrsg.), Enzyklopädie Erster Weltkrieg, Paderborn 2003, S. 787–789; DEIST, Zensur, S. 159 f.; UZIEL, Blick, S. 304 f.; WELCH, Omission, S. 6; BENJAMIN ZIEMANN, Stimmungsbericht, in: Gerhard Hirschfeld, Gerd Krumeich und Irina Renz (Hrsg.), Enzyklopädie Erster Weltkrieg, Paderborn 2003, S. 868 f.; Beispielhafte Stimmungsberichte in BayHStA, StvGenKdoIAK 1973; Becker verortet die bemerkbare Verschlechterung im März 1916, als das Kriegsministerium begann, sich Stimmungsberichte senden zu lassen, BECKER und KRUMEICH, Krieg, S. 122 f.; Thaer sah die Verschlechterung Ende 1915, Thaer an seine Frau, 18. 12. 1915, wiedergegeben in ALBRECHT VON THAER, Generalstabsdienst an der Front und in der OHL. Aus Briefen und Tagebuchaufzeichnungen 1915–1919, hrsg. v. Siegfried A. Kaehler, Göttingen 1958, S. 52 f.; Hohenborn beobachtete entsprechende Sorgen im Februar, Tagebuch Hohenborn, 20. 2. 1916, wiedergegeben in HOHENBORN, Briefe, S. 135 f. Die Rationierung bei Brot hatte z. B. bereits im Januar 1915 begonnen, GROENER, Lebenserinnerungen, S. 210 f.; Tagebuch Kessler, 1. 3. 1915, wiedergegeben in HARRY GRAF KESSLER, 1914–1916 (Das Tagebuch 1880–1937, Bd. 5), hrsg. v. Roland S. Kamzelak und Günter Riederer, Stuttgart 2008, S. 245; zu den Tücken der Moral-Messung siehe STOUFFER und OSBORN, Soldier, S. 83–85.

[191] Kriegspresseamt 1003 geheim, Denkschrift Deutelmoser, 5. 10. 1916, BAMA, RM 5/3722, Bl. 130–137, hier S. 2.

Teuerung von Lebensmitteln oder sonstigen Gegenständen des täglichen Bedarfs“ zu verhängen, konnte den Mangel selbst nicht beheben.[192] Zwar war die Zensur „dazu bestimmt, die Erreichung des Kriegszweckes sichern und beschleunigen zu helfen.“[193] Sie und die ersten aktiven Versuche, ein positives Kriegsnarrativ zu errichten, waren jedoch an ihre Grenzen gelangt: „Der bloße äußere Schein des Burgfriedens hilft uns nichts. Wo innere Spannungen vorhanden sind, finden sie in der Presse auch stets ihren Ausdruck, wenn nicht in den Zeilen, dann zwischen ihnen.“[194]

Da sich jedoch die Probleme selbst nicht abstellen ließen, lautete die Antwort der Streitkräfte nach dem Scheitern der bisherigen Medienstrategie: Medienarbeit, und zwar intensiver als zuvor. Falkenhayn wollte Anfang 1916 die von ihm hochgeschätzte Entschlossenheit der Soldaten auf die Heimat übertragen, gewissermaßen die von Moltke postulierte Verbindung zwischen Bevölkerung und Armee in der Gegenrichtung nutzen. Erreichen wollte er dies über eine „geschickte Kriegsberichterstattung“ der Streitkräfte selbst, die neben Heeresbericht und journalistische Kriegsberichterstattung treten sollte.[195] Anders gesagt: Die Medienarbeit sollte der Bevölkerung nun vermitteln, dass die OHL *trotz* aller Probleme die Kontrolle über den Krieg habe, man nicht verzagen dürfe und ihr weiter vertrauen müsse. Dass die Medien in der Lage wären, diese Einstellung zu erzeugen, wurde nicht angezweifelt. So bemerkte Wandel, sichtlich von ihrer Wirkmacht überzeugt: „Im Inland ist in erster Linie die Presse in der Lage, auf die Gemüter einzuwirken.“[196] Daher sollte sich das Militär laut Deutelmoser die Presse als „verfassungsmäßig anerkanntes Organ der geistigen Freiheit […] zum Bundesgenossen“ machen.[197] Während also Hunger-Unruhen auf der Straße und in den Medien als ‚falsche‘ Sicht auf den Krieg unterdrückt wurden,[198] sollte die ‚richtige‘, militärische Perspektive mit Nachdruck verkündet werden.[199]

Die Anstrengungen wurden weiter erhöht, als die deutsche Kriegführung im Sommer 1916 in ihre zweite große Krise geriet und Falkenhayns Plan scheiterte,

192 Verordnung des Bayerischen Kriegsministeriums 121663 MKr, 27. 12. 1915, BayHStA, MKr 13882.

193 Druckschrift Kriegspresseamt 7016, 29. 2. 1916, BayHStA, MKr 13880, S. 4.

194 Ebd., S. 11.

195 Zitat aus Chef Generalstab des Feldheeres, M.J. 2737 Zr, 1. 1. 1916, GLAK, 456 F6/225; auch BayHStA, MKr 13872; siehe auch AOK 3, N.O. 1790, 20. 12. 1915, GLAK, 456 F6/225; Deist, Zensur, S. 160. Die Versuche, die Heimatmoral zu beeinflussen, begannen also vor der 6. Kriegsanleihe, siehe dazu Förster, Weltanschauung, S. 289.

196 Kriegsministerium 762/16 g. A1, 3. 3. 1916, am 22. 3. vom Reichskanzler an das Badische Staatsministerium weitergeleitet, Abschrift I M 829, GLAK, 233/39399; siehe auch Verhey, Spirit, S. 149.

197 Druckschrift Kriegspresseamt 7016, 29. 2. 1916, BayHStA, MKr 13880, S. 6.

198 Für eine Kartoffelknappheit in Kiel siehe 9936 O.Z., 17. 6. 1916, BayHStA, MKr 13878; für Bayern siehe Königliche Polizeidirektion München an Kriegsministerium München, 14. 9. 1916, BayHStA, MKr 13882; siehe des Weiteren Schreiben Boy-Eds, 15. 8. 1916, BAMA; RM 5/3754, Bl. 54f., zu Unruhen in mehreren Städten; ferner Willibald Gutsche, Aufstieg und Fall eines kaiserlichen Reichskanzlers. Theobald von Bethmann Hollweg 1856–1921. Ein politisches Lebensbild, Berlin 1973, S. 186f.

199 Besprechung beim Reichskanzler zur Volksstimmung am 30. 8. 1916, undatierte Notizen, vermutlich Boy-Eds, BAMA, RM 5/3740, Bl. 172–174; Vogel, Organisation, S. 39.

mit Offensiven bei Verdun den Krieg zu entscheiden.[200] Am 11. Juli erfolgte der letzte Angriff, danach waren die deutschen Kräfte durch die Somme-Schlacht gebunden.[201] Noch im April hatte das Militär Spekulationen über den Fortgang der Kämpfe untersagt, da dies „die moralische Wirkung unserer Waffenerfolge" senke.[202] Im Juli forderten seine Medienspezialisten, die Moral der Heimat aktiv zu stützen.[203] Boy-Ed meinte, dass man die Medien hierfür besser steuern – lies: die Medienarbeit ausweiten und weiter institutionalisieren – müsse:

> Bei unseren Feinden, ganz besonders aber bei den Engländern besteht unzweifelhaft eine vorzüglich arbeitende, sehr geschickt geleitete Zentrale für die Beeinflussung und Führung der [...] Presse. Die Zeitungen unserer Feinde operieren dementsprechend nach einem gemeinsamen Plan. Die Direktiven für diesen Plan können schon wegen der Vielseitigkeit der behandelten Materien in solcher Einheitlichkeit nur von einer Stelle ausgehen, an welcher alle Ressorts der betreffenden Länder beeinflussend beteiligt sind.[204]

Es ist bezeichnend für die Medienbilder des deutschen Militärs, dass einer seiner ausgewiesenen Medienspezialisten eine weitgehend eigeninitiativ handelnde Presse für eine bis ins Detail zentral gesteuerte hielt. Die übrigen militärischen und zivilen Medienexperten pflichteten Boy-Ed bei. Die Ausgabe von Heldengeschichten, die das gewünschte Kriegsbild untermauern sollten, wurde daher ausgeweitet.[205] Zudem dienten das britische und französische Vorbild als Argument für eine intensivere Arbeit mit Bild und Film.[206] Am 25. August 1916 wurde bei der Militärischen Stelle des Auswärtigen Amtes (MAA) eine Militärische Film- und Photostelle gegründet. Auf Falkenhayns Bitte arbeitete Wandel darauf hin, hierfür eine eigenständige Institution zu schaffen.[207]

Auf den Verlauf des Krieges und die Karriere Falkenhayns hatte die Medienarbeit keine Auswirkungen: Rumänien trat gegen Deutschland in den Krieg ein, weshalb Falkenhayn am 29. August durch seine Kritiker Generalfeldmarschall Paul von Hindenburg und General Erich Ludendorff als Generalstabschef respektive Erster Generalquartiermeister ersetzt wurde. Beide waren im Kriegsverlauf zu Hoffnungsträgern geworden.[208] Auch sie wollten über die Medien das eigene

[200] Vgl. hierzu die Tagebucheinträge Müllers Ende April-Anfang Mai, MÜLLER, Regierte, S. 172–175; zu russischen Offensiverfolgen siehe PYTA, Hindenburg, S. 210–214.

[201] KEEGAN, Weltkrieg, S. 400.

[202] Kriegspresseamt 8036 O.Z., 14. 4. 1916, BayHStA, MKr 13876.

[203] VOGEL, Organisation, S. 39.

[204] Boy-Ed, Notizen für Sitzung im Kriegspresseamt, 10. 7. 1916, BAMA, RM 5/3736, Bl, 94; siehe auch BAMA, RM 5/3804, Bl. 98 f.; beachte ferner SCHMIDT, Belehrung, S. 140, wo auf die Vorbildfunktion der USA eingegangen wird.

[205] Genqum IIb 20560, aufgegriffen durch Verordnungsblatt der 3. Armee, Nr. 60, Ia Nr. 4653/16, 20. 7. 1916, 29. 7. 1916, GLAK, 456 F6/225; generell zur Fortsetzung der Arbeit mit Heldenberichten siehe Aufforderung des XIV. A.K., 26. 9. 1916, GLAK, 456 F 6/226.

[206] Protokoll einer Sitzung zur Filmpropaganda im Auswärtigen Amt, 29. 7. 1916, BAMA, RM 3/9901.

[207] Kriegsministerium 2847/16 geh. A 3 II Ang., 25. 8. 1916, BAMA, RM 3/9901, Bl. 255–257; CREUTZ, Pressepolitik, S. 169; VOGEL, Organisation, S. 30 f. ; siehe auch BIR et al., Film, S. 343.

[208] Wilhelm II. an Falkenhayn, 28. 8. 1916, BAMA, PH 1/55; AFFLERBACH, Falkenhayn, S. 233, 451 f.; BECKER und KRUMEICH, Krieg, S. 231; CREUTZ, Pressepolitik, S. 162; FALKENHAYN, Heeresleitung, S. 1; PYTA, Hindenburg, S. 214–225.

Kriegs-Narrativ verbreiten und sich selbst als Herren der Lage darstellen. Am 3. September gaben sie etwa bekannt, dass es ihr Plan gewesen sei, die Kämpfe bei Verdun abflauen zu lassen.[209] Obwohl Ludendorff später behauptete, es habe zuvor keine wirkliche Medienarbeit gegeben,[210] setzte die dritte OHL ‚nur' die laufende Intensivierung fort. Hindenburg lag auf der Linie Moltkes, als er bei Einführung des Gesetzes über den vaterländischen Hilfsdienst die Bevölkerung aufrief, den Krieg zu unterstützen.[211] Das Gesetz erlaubte es, Personen zur Arbeit in ‚kriegswichtigen' Betrieben zu verpflichten. Hierzu zählte auch die Presse, da „die Kriegführung der Unterstützung der Presse notwendig bedarf", wie es im Kriegsministerium hieß.[212] Die OHL ließ auch die Kriegszieldiskussion (teilweise) freigeben, damit die Medien die „Mobilmachung für den [...] Frieden" unterstützen könnten.[213] Dieser Euphemismus bedeutete, dass die Bevölkerung weiterhin ermuntert werden sollte, dem Militär zu vertrauen – bis der Krieg gewonnen, und damit die Realität mit dem Narrativ der Streitkräfte zur Deckung gebracht wäre. Wie üblich überließ das deutsche Militär seinen ‚Bundesgenossen' hierbei nicht sich selbst.[214] Ganz im Gegenteil wurde der Grad der Interventionen erhöht. Das Militär steigerte die Zahl erwünschter Nachrichten über die vom KPrA herausgegebenen *Deutschen Kriegsnachrichten* (DK).[215] Gerade im Winter sollte eine „ausgedehnte Aufklärungsarbeit" für die „Aufrechterhaltung einer zuversichtlichen Volksstimmung" sorgen.[216] Der Einsatz von Bild und Film, auf den Ludendorff „das allergrösste Gewicht" legte,[217] wurde durch das am 30. Januar 1917 gegründete Bild- und Filmamt (BuFA) intensiviert[218] und von Lichtspieloffizieren der Militärbefehlshaber unterstützt.[219] Das KPrA wurde unter Deutelmosers Nachfolger, Major Paul Stotten, einem Protegé Nicolais, zur Schaltzentrale der militärischen Medienarbeit, da es als Sprachrohr der an Medienfragen sehr interessierten OHL galt und so Autorität gegenüber den Militärbefehlshabern gewann.[220] Ludendorff bestätigte dessen Aufgabe, „durch die militärische Berichterstattung in

[209] Creutz, Pressepolitik, S. 176f.

[210] Ludendorff, Kriegserinnerungen, S. 301.

[211] Ritter, Tragödie, S. 430.

[212] Kriegsamt 1010/12.16 A Z S 4, 22. 12. 1916, BayHStA, MKr 13886.

[213] Kriegspresseamt 1003 geheim, Denkschrift Deutelmoser, 5. 10. 1916, BAMA, RM 5/3722, Bl. 130–137; siehe auch Becker und Krumeich, Krieg, S. 84, 130; Creutz, Pressepolitik, S. 185, 196; Mühsam, Belogen, S. 89f.

[214] Besprechungsprotokoll, Kriegspresseamt Auskunftsstelle Nr. 18 geheim IV, 20. 11. 1916, BAMA, RM 5/3741, Bl. 3–10.

[215] Kriegspresseamt 10942, 8. 9. 1916, Entwurf, BAMA, RM 5/3722, Bl. 108; Welch sieht hierin einen Beitrag zum Konflikt zwischen Militär und Politik, Welch, Omission, S. 229; siehe dazu unten, Kapitel 5.1.

[216] Kriegsministerium, z.D. Nr. 8060/16 Z.3d, 14. 12. 1916, BayHStA, MKr 13886.

[217] Dies erklärte Haeften, Tagebucheintrag Kessler, 2. 10. 1916, wiedergegeben in Kessler, Tagebuch 6, S. 93–96, Zitat S. 94.

[218] Anhänge zu Kriegsministerium Nr. 889/17.geh.A.3, 22. 3. 1917, HSAS, E 40/72 Bü 554; Creutz, Pressepolitik, S. 169; Vogel, Organisation, S. 31.

[219] Barkhausen, Filmpropaganda, S. 96.

[220] Creutz, Pressepolitik, S. 121; Wilhelm Deist, Voraussetzungen innenpolitischen Handelns des Militärs im Ersten Weltkrieg, in: ders., Militär, Staat und Gesellschaft. Studien zur preu-

Deutschland Einfluß auf die Volksstimmung zu nehmen."[221] Auch die dritte OHL sah also in der Medienarbeit einen Weg, die nicht zu leugnenden Probleme des Krieges zu ‚erklären', in der Hoffnung, so die Moral der Bevölkerung erhalten und die eigene Kriegführung, das eigene Ansehen, vor Kritik immunisieren zu können. Da die Lage verfahrener war als zuvor, waren ihre Anstrengungen umso größer.

Auch in Großbritannien zeigten sich ab Ende 1915 die Grenzen dessen, was Medienarbeit für die Heimat bewirken konnte. Bisher hatte diese aber vor allem darin bestanden, dass das Militär langsam Aktivitäten der Medien zuließ, die ihrerseits überzeugt waren, den Krieg unterstützen zu können. Zu einem Wendepunkt kam es, als am Ende des Jahres die Rekrutenzahlen nicht ausreichten, um die Bedürfnisse der Streitkräfte zu decken.[222] Im Januar 1916 führte die Regierung mit dem *Military Service Act* die Wehrpflicht ein.[223] Die schwindende Moral der Heimat, die als Grund des Freiwilligenmangels galt, wurde damit jedoch nicht gehoben. Die Schlussfolgerung des Militärs aus dem Versagen der bisherigen Medienarbeit war, dass diese intensiviert werden und es selbst einen stärkeren Einfluss nehmen musste.[224] So wurde bereits im November 1915 die Filmberichterstattung aus Frankreich ausgeweitet. Aus dem War Office hieß es, dass Bilder und Filme in der Lage wären, „at home the national consciousness of what the war means" anzuregen.[225] Cockerill, seit April 1915 Director of Special Intelligence, forderte gar, die mediale Seite des Krieges ebenso ernst zu nehmen wie den Wirtschaftskrieg.[226] Die Marine kam zu einem ähnlichen Schluss, auch wenn sich gerade die Flotte nur ungern auf die Medien einließ.[227] Erstmals im September 1915 durfte ein US-Journalist sie besuchen, und nur auf Druck des First Lord of the Admiralty Balfour unterstützten der First Sea Lord Admiral Henry Jackson und der Kommandeur der Grand Fleet, Fishers Protegé Admiral John Jellicoe, Ende 1915 den Film *Britain Prepared*, der nach seiner Uraufführung am 29. Dezember ein großer Erfolg wurde. Brownrigg meinte: „[...] though the officers of the Navy may grudgingly agree that some measure of publicity is an absolute necessity, since the Fleet belongs to the nation (i.e., the public) and not to the Navy, they thoroughly detest it."[228] Dennoch setzte die politische Spitze der Admiralty eine aktivere Medienarbeit durch, die Jellicoe schließlich unterstützte.[229] Im April 1916 gab Balfour eine Pres-

ßisch-deutschen Militärgeschichte, München 1991, S. 103–152, hier S. 135 f.; Deist, Zensur, S. 155, 162; Stegmann, Inlandspropaganda, S. 80 f.

221 Nicolai, Nachrichtendienst, S. 92–94; siehe auch Chef des Generalstabes des Feldheeres IIIb 10396/II – Geheim, 29. 5. 1917, GLAK, 456 F 6/225.

222 Arthur, Kitchener 3, S. 317.

223 Hiley, Control, S. 5 f.; Haste, Propaganda, S. 49, 77.

224 Vgl. Schramm, Journalism, S. 67 f.

225 MI7 History, S. 8 f.; Hiley, Control, S. 426.

226 Cockerill, Fools, S. 40; Sanders und Taylor, Propaganda, S. 45.

227 Mackenzie, Films, S. 5 f.

228 Brownrigg, Indiscretions, S. 51–55, Zitat 54 f.; ferner Bir et al., Film, S. 357 f.; Hiley, Control, S. 400 f.; Lord John Jellicoe, Lord Jellicoe's Erinnerungen. Englands Flotte im Weltkrieg, Berlin 1937, S. 147; Reeves, Film, S. 53–55.

229 Messinger, Propaganda, S. 115.

sekonferenz, um britischen Zeitungsherausgebern die eigene Sicht auf den U-Boot-Krieg nahezubringen. Begeistert darüber, ins Vertrauen gezogen worden zu sein, versprach die Presse, diesen wunschgemäß zu schildern.[230]

Im War Office wurde die Medienarbeit derweil im Zuge einer Generalstabsumbildung auch institutionell ausgeweitet und der neuen Abteilung MI7 anvertraut. Ihr Leiter, Oberstleutnant Warburton Davies, sollte die gesamte Medienarbeit des Heeres übernehmen und war dem medienerfahrenen neuen Director of Military Intelligence Macdonogh untergeordnet.[231] Was bei der Admiralty im April noch die singuläre Initiative des politischen Leiters gewesen war, wurde hier ab Mai zur militärischen Routine: Teils täglich wurden vertrauliche Hintergrundinformationen an 40 ausgewählte Medienvertreter ausgegeben. Bereits im folgenden Monat begann MI7, den Medien vorgefertigte Artikel in großer Zahl zur Verfügung zu stellen.[232] Als David Lloyd George Kitcheners Nachfolge an der Spitze des Ministeriums antrat, trieb er den Ausbau der Medienarbeit weiter voran.[233] Auch bei der BEF wurde die Medienarbeit intensiviert. Haigs Nachrichtendienstchef Charteris beschleunigte das Zensurverfahren und versorgte die Medienvertreter mit vertraulichen Hintergrundinformationen.[234] Die Kriegsberichterstatter goutierten das Vertrauen, indem sie ihre Berichte den Wünschen des Militärs anpassten; einige waren sogar bereit, Propagandatexte zu verfassen. Dies lehnte Charteris zwar ab, um den Ruf der Berichterstatter als ‚unabhängige' Beobachter nicht zu gefährden. Allerdings ließ Haig einige Journalisten seine wöchentlichen Berichte formulieren.[235]

Haig, der noch im Vorjahr Frenchs zu enge Medienbeziehungen kritisiert hatte, widmete sich nun, da er an der Spitze der BEF stand, selbst vermehrt den Medien. Vor dem Hintergrund der Somme-Schlacht schien dies unumgänglich.[236] Hiervon hatte ihn General Sir William Robertson überzeugt. Letzterer, seit Ende 1915 Chief of the Imperial General Staff, meinte, dass der Krieg und seine Erfordernisse in Großbritannien nicht verstanden würden; nach wie vor benötige man mehr Rekruten. Trotz des Beginns der Wehrpflicht war der Nachschub an Soldaten nicht gewachsen und lag deutlich unter den Ergebnissen der ersten Kriegsmonate.[237] Robertson baute darauf, dass die Medien hier helfen könnten. Da deren Initiativen in der Kriegsberichterstattung jedoch offenbar nicht genügt hatten,

[230] Conference between First Lord and Press Representatives on Naval Aspects of the War, 27.4.1916, TNA, Adm 1/8455/91.
[231] MI7 History, S. 8f., 13f.; George G. Bruntz, Allied Propaganda and the Collapse of the German Empire in 1918, New York 1972 (Original 1938), S. 29; Sanders und Taylor, Propaganda, S. 50f.
[232] MI7 History, S. 13f., 18, 20.
[233] Reeves, Film, S. 16; Sanders und Taylor, Propaganda, S. 50f.
[234] Charteris, GHQ, S. 147–151; Hiley, Control, S. 195–210.
[235] Badsey, Haig, S. 184; Hiley, Control, S. 195f., 217–219.
[236] Vgl. Badsey, Haig, S. 184f.; De Groot, Haig, S. 258f.; Hiley, Control, S. 194f., 199–203; Philip Warner, Field Marshal Earl Haig, London 2001, S. 166.
[237] Statistics of the Military Effort of the British Empire During the Great War, 1914–1920, hrsg. v. H.M. Stationary Office, London 1922, S. 364; Ian F. W. Beckett, The Nation in Arms, 1914–1918, in: ders. und Keith Simpson (Hrsg.), A Nation in Arms. A Social Study of the British Army in the First World War, London 1985, S. 1–35, hier S. 13; Alan John Percivale

sollten sie nun aktiv umworben werden, ohne jedoch eine detaillierte Steuerung der Inhalte anzustreben, wie sie in Deutschland verfolgt wurde. Im Juni erklärte er Haig: „I am sure things would be much better if we had the Press more on our side. I am sure of this. My idea is that we ought to send out, on your invitation 4 or 5 of our big newspaper Proprietors e.g. Northcliffe, Burnham etc. for a few days to some part of our front."[238] Haig betonte, bereits die Bedingungen für die Berichterstatter verbessert und eigentlich keine Zeit für derlei zu haben, war aber bereit „[to] do anything I can to smooth away such difficulties as the Press may be causing at home."[239] Gerade Northcliffe wurde im GHQ empfangen. Charteris hoffte auf seine Unterstützung im weiteren Umgang mit der Presse.[240] Haig umwarb Northcliffe, obwohl er ihn als „dishonest individual" bezeichnete. Er meinte, dies sei seine, Haigs, „duty to the Army". Andernfalls, so fürchtete er, wäre Northcliffe ein „unfriendly critic of its actions".[241] Haig betonte, dass ihm die Mitarbeiter des Presselords willkommen seien.[242] Ihm gefiel schließlich, dass Northcliffe seine verlustreiche Strategie auch noch unterstützen wollte, als in Großbritannien Kritik daran laut wurde.[243] Um für seine Vorgehensweise zu werben, legte Haig zudem großen Wert auf Filme. Charteris schrieb Macdonogh bereits im Juli: „Sir Douglas [Haig, CG] is very anxious indeed to get the film propaganda carried on better than it is at present." Er forderte eine schnellere Freigabe von Filmen durch MI7.[244] Das War Office teilte diese Haltung. Ein Film über die Somme-Schlacht, *The Battle of the Somme*, wurde ab 1916 zu einem weltweiten Kassenschlager. Auch wenn es an dessen Erfolg nicht wieder anknüpfen konnte, intensivierte das War Office diese Sparte der Medienarbeit. Das War Office Cinematograph Committee löste das British Topical Committee for War Films der Filmindustrie ab und übernahm die Kontrolle über Filmproduktionen im Kriegsgebiet.[245]

Taylor, Politics in the First World War, in: ders., Politics in Wartime and other Essays, Atheneum 1965, S. 11–44, hier S. 23f.

[238] Robertson an Haig, 2. 6. 1916, LHCMA, Robertson 7/6/45; siehe auch Sir William Robertson, From Private to Field-Marshal, London 1921, S. 266; David R. Woodward (Hrsg.), The Military Correspondence of Field-Marshal Sir William Robertson, Chief of the Imperial General Staff. December 1915–February 1918, London 1989, S. 54f.; ders., Field Marshal Sir William Robertson. Chief of the Imperial General Staff in the Great War, Westport 1998, S. 44f. Für den hiermit verwobenen Konflikt mit der Regierung siehe Kapitel 5.2.1.

[239] Haig an Robertson, 3. 6. 1916, wiedergegeben in Woodward, Correspondence, S. 55f.

[240] Charteris an Macdonogh, 15. 7. 1916, TNA, WO 158/897.

[241] Tagebucheintrag Haig, 6. 7. 1916, zitiert nach De Groot, Haig, S. 258f.; Charteris, GHQ, S. 156.

[242] De Groot, Haig, S. 259.

[243] Tagebuch Haig, 2. 8. 1916, wiedergegeben in Blake, Papers, S. 157; De Groot, Haig, S. 271f.; siehe auch Haig an Lady Haig, 18. 11. 1916, wiedergegeben in Blake, Papers, S. 180; John Charteris, Field-Marshal Earl Haig. With a Foreword by John Buchan, London 1929, S. 152f.; zu Northcliffes Begeisterung über seine Behandlung durch Haig siehe Northcliffe an Lloyd George, weitergeleitet an Robertson, 10. 8. 1916, LHCMA, Robertson 8/4/70.

[244] Charteris an Macdonogh, 28. 7. 1916, TNA, WO 158/897; siehe auch Hiley, Control, S. 439–452.

[245] First Report of the War Office Cinematograph Committee, September 1918, TNA, Inf 4/1b; Bir et al., Film, S. 358–362; Haste, Propaganda, S. 46; Hiley, Control, S. 458–460, 464–467; Oppelt, Film, S. 133f.; ferner, auch für die Unterstützung des Films durch Lloyd George, Mackenzie, Films, S. 7f.

Die neue, aktivere Medienarbeit schien dem Militär die Gewissheit zu geben, die Moral der Heimat doch positiv beeinflussen zu können. Allerdings warnte Robertson Haigs Stabschef, Generalmajor Sir Launcelot Kiggell, dabei nicht zu weit zu gehen: Wenn er Berichte so verfasse, dass sie später korrigiert werden müssten, würde dies die Öffentlichkeit enttäuschen: „Whatever you do you must not disappoint the public. It is better to be curt and bald than to lead up to disappointments.“[246] Charteris wurde wegen seiner zu rosigen Lageeinschätzungen später sogar ersetzt.[247] Angesichts des weiter andauernden Krieges zeigten sich jedoch bald neue Probleme in der Heimatmoral.

Medienarbeit gegen Kriegsmüdigkeit – Das letzte Kriegsjahr

Mitte 1917 stellten beide Streitkräfte fest, dass auch die seit 1915 intensivierte Medienarbeit nicht in der Lage war, die Moral der Heimat ihren Anforderungen entsprechend zu beeinflussen. Beide reagierten auf diese Erkenntnis mit einem weiteren Intensivierungsschub.

Noch im November 1916 war Robertson der Ansicht gewesen, dass man sich um Pazifisten in der Bevölkerung nicht sorgen müsse: „We need pay no attention to these miserable members of society.“[248] Bereits im April 1917 betonte er jedoch, angesichts des unbeschränkten U-Boot-Kriegs und der russischen Revolution, die die Frage nach Russlands Verbleib im Krieg aufwarf, dass sich die Situation verändert habe: „[E]veryone is feeling the strain“.[249] Ende des Jahres galt „Peace propaganda“ als „interference with the successful prosecution of the War“ und wurde in Absprache mit dem Press Committee bekämpft.[250] Aber auch außerhalb pazifistischer Kreise schwankte die Moral. Spätestens nach der verlustreichen Schlacht von Passchendaele Mitte 1917 musste dem Militär klar sein, dass die bisherige Medienarbeit nicht in der Lage war, die Heimat hinreichend von den weiterhin notwendigen Kriegsanstrengungen zu überzeugen. Angesichts der dortigen desolaten Stimmung fürchtete es gar um die Moral der Soldaten.[251] Die Antwort hierauf war ein weiterer Ausbau der Medienarbeit, seitens des Militärs

[246] Robertson an Kiggell, 29. 9. 1916, LHCMA, Kiggell 3/4; Antwort Kiggells, 1. 10. 1916, ebd., Kiggell 3/5; siehe auch Woodward, Correspondence, S. 87 f.; ferner Cockerill, Fools, S. 74.

[247] Siehe zum Konflikt Charteris, GHQ, S. 174 f.; zur Ablösung ebd., S. 277.

[248] Memorandum Robertsons, 24. 11. 1916, LHCMA, Robertson 4/1/10.

[249] Robertson an Murray, 2. 4. 1917, wiedergegeben in Woodward, Correspondence, S. 165. Vgl. Robertson an General Monro, 19. 4. 1917, wiedergegeben ebd., S. 176–178; siehe ferner Reeves, Film, S. 31 f.

[250] Press Committee, Protokoll, 4. 12. 1917, TNA, Defe 53/1; siehe auch Memorandum des War Office, 29. 10. 1917, TNA, Inf 4/9; Memorandum on Policy for Press, vermutlich Ende 1917, TNA, WO 106/1452; MI7 History, S. 16; Charteris, GHQ, S. 253 f.; Brock Millman, HMG and the War Against Dissent, 1914–1918, in: JCH 40 (2005), S. 413–440, hier S. 427–430.

[251] Mit einer dem Vaterländischen Unterricht ähnlichen Kampagne (siehe unten, Fußnote 282) sollte diese stabilisiert werden, siehe S. P. MacKenzie, Morale and the Cause. The Campaign to Shape the Outlook of Soldiers in the British Expeditionary Force, 1914–1918, in: CJH 25 (o. J.), S. 215–232, *passim*, besonders S. 220. Eine Verantwortungsverschiebung auf die Heimat, wie sie im deutschen Militär seit 1915 zu beobachten war, blieb jedoch aus; ferner

ebenso wie durch zivile Stellen. Die Wirkungsannahmen waren relevanter als die offensichtlich mangelnde tatsächliche Wirkung der Medien auf die Einstellung von Soldaten wie Bevölkerung. Ab dem 4. August 1917 versuchte das aus dem PRC hervorgegangene National War Aims Committee gemeinsam mit dem Militär, die Bevölkerung auf Basis neu formulierter Kriegsziele zu weiteren Anstrengungen zu motivieren.[252] Ganz so, wie es Streitkräfte und Politik in Deutschland seit dem Vorjahr wollten. Darüber hinaus demonstrierte die Gründung des Ministry of Information (MoI) Anfang 1918, dass auch die zivilen Stellen von der Notwendigkeit der Medienarbeit überzeugt waren.[253]

Das Militär blieb hinter diesen Anstrengungen nicht zurück. Das Heer konzentrierte sich dabei auf eine Methode, die in Deutschland bereits zum Standard gehörte: Einzelnen Ortschaften sollten ‚ihre Helden' näher gebracht werden. Macdonogh erklärte Charteris am 5. September 1917, „[w]e have, of course, recently made arrangements for supplying the English provincial press with reports on the doings of their own local Regts."[254] Das GHQ unterstützte dieses Vorgehen vollständig. Ab Januar 1918 wurden gezielt Frontreisen für Lokalreporter organisiert.[255] Daneben waren schon zuvor, im Dezember 1917, wöchentliche Konferenzen des Director of Military Operations (DMO), Generalmajor Frederick Barton Maurice, für britische Journalisten eingeführt worden.[256] Die hier ausgegebenen Hintergrundinformationen waren eigentlich nur zur Orientierung der Medienvertreter selbst gedacht, wurden aber bald auch abgedruckt.[257] Auch die Admiralty, die der Medienarbeit lange Zeit zurückhaltend gegenübergestanden hatte, überdachte ihre Haltung. Sie gab nun den Bitten der Medien nach. Vor allem Riddell hatte sich dafür eingesetzt, den Kriegseinsatz der Royal Navy stärker zu publizieren.[258] Noch Ende 1917 wurde die Publicity Section im Marinegeheimdienst ausgeweitet.[259] Im Januar 1918 setzte Riddell nach. Er belehrte Sir Eric Geddes, den First Lord of the Admiralty, die Medienarbeit der Marine sei „most inade-

Lieut-Colonel J. H. Boraston (Hrsg.), Sir Douglas Haig's Despatches (December 1915–April 1919), London 1979, S. 357.

[252] Die Ziele nannte Hauptmann F. Guest am 13. 11. 1917 im House of Commons, siehe Hansard, House of Commons Debate, 13. 11. 1917, Bd. 99, Sp. 285–347, online unter http://hansard.millbanksystems.com/commons/1917/nov/13/national-war-aims-committee (zuletzt geprüft am 13. 9. 2013); siehe auch MI7 History, S. 20; Bir et al., Film, S. 365; Bruntz, Propaganda, S. 20; Haste, Propaganda, S. 40–43; Millman, Dissent, S. 436 f.; Sanders und Taylor, Propaganda, S. 62–65.

[253] The Organisation and Functions of the Ministry of Information, Beaverbrook, September 1918, TNA, Inf 4/9; Haste, Propaganda, S. 44; Reeves, Film, S. 33–36; Sanders und Taylor, Propaganda, S. 67–73.

[254] Macdonogh an Charteris, 5. 9. 1917, TNA, WO 158/898; siehe auch Charteris, GHQ, S. 258.

[255] Charteris an Macdonogh, 14. 9. 1917, TNA, WO 158/898; MI7 History, S. 26 f.

[256] Damit wurde eine für ausländische Korrespondenten etablierte Praxis ausgeweitet, siehe Kapitel 4.4.

[257] MI7 History, S. 25; Altenhöner, Kommunikation, S. 70 f.

[258] Brownrigg, Indiscretions, S. 89–92, 102 f.; Messinger, Propaganda, S. 120 f.; Lloyd George teilte Riddells Ansicht, David Lloyd George, War Memoirs (Bd. 4), London 1934, S. 2423 f.

[259] Aktennotiz, TNA, Adm 1/8462/170.

quate, old-fashioned, and re-actionary".[260] Geddes gab ihm recht und bat um Verbesserungsvorschläge.[261] Diese folgten schnell: Auf einer Konferenz zwischen Medien- und Militärvertretern am 6. Februar stellten erstere fest, dass die Admiralty seit längerem ausländische Journalisten gut mit Informationen versorge. Diesen Service solle sie auch britischen Medien bieten. Die Medienvertreter nannten sogar einen Wunsch-Presseoffizier: Kapitän zur See G. E. Beer, der im Frieden bei der *Times* gearbeitet und eine Nachrichtenagentur besessen habe. Die Presse erwartete von ihm Material für eigene Artikel, keine vorgefertigten Texte.[262] Noch im Februar genehmigte die Treasury Beers Posten; am 11. März trat er sein Amt an.[263] Dieser Vorgang zeigt einmal mehr eindrucksvoll, dass die Medienvertreter in Großbritannien auch spät im Krieg tatsächlich als Partner des Militärs gesehen wurden. Schon im April lobten die Medienvertreter die „admirable narratives" der Royal Navy.[264] Die Marine baute ihre Medienarbeit auch darüber hinaus aus. Im Oktober 1918 wurde Kapitän zur See Sir Guy Gaunt Leiter eines neuen Naval Publicity Department, das nun direkt an der Spitze der Admiralty, unter dem First Lord, angesiedelt war.[265] Die Medienarbeit und ihre Institutionen waren unzweifelhaft Teil des Alltags der Streitkräfte geworden. Der Weltkrieg hatte sich als ein Katalysator für ihre Verankerung im Militär und darüber hinaus als eine Wasserscheide für ihre Wahrnehmung erwiesen.[266] Sie war nicht länger die mehr oder weniger verborgene Sache einzelner Offiziere, sondern eine wichtige Aufgabe für institutionalisierte Spezialisten, an deren Möglichkeiten hohe Erwartungen gestellt wurden. Dies wurde noch einmal verdeutlicht, als 1918 die Royal Air Force (RAF) als dritte Teilstreitkraft entstand. Sie widmete sich der Medienarbeit von Beginn an, auch, weil die Medienspezialisten der etablierten Teilstreitkräfte dazu rieten. Obwohl im Kriegsverlauf die Freiwilligenwerbung des Militärs abgesetzt und die Wehrpflicht eingeführt worden war, argumentierte ausgerechnet der Assistent Director for Naval Recruiting, es gäbe kein Problem, das nicht durch Medienarbeit gelöst werden könnte: „Any difficulty of any kind whatever that could be eased or obviated by Propaganda – and it is hard to imagine any trouble that could not – could be tackled by this Department."[267] Medienspezialisten des War Office siedelten zur RAF über, um ihre Erfahrungen dort zur Verfügung zu stellen.[268] Entsprechend war eine institutionalisierte Medienarbeit bei der RAF von

[260] Sir George Riddell an Sir Eric Geddes, 30. 1. 1918, TNA, Adm 1/8514/41.
[261] Geddes an Riddell, 1. 2. 1918, sowie folgende Aktennotizen, TNA, Adm 1/8514/41.
[262] Memorandum für First Sea Lord, 13. 2. 1918; Riddell an Brownrigg, 12. 2. 1918, beide TNA, Adm 1/8514/41.
[263] Aktennotiz, 2. 3. 1918 und Schreiben Murrays, 16. 3. 1918, beide TNA, Adm 1/8514/41; Brownrigg, Indiscretions, S. 104–107.
[264] Press Committee, Protokoll, 12. 4. 1918, TNA, Defe 53/1.
[265] Office-Memorandum Murrays, 4. 10. 1918, TNA, Adm 1/8462/170.
[266] Siehe dagegen MacKenzie, Films, S. 159, der diesen Umbruch erst im Zweiten Weltkrieg sieht.
[267] Squadron Commander Brind an den Deputy Director of Air Intelligence, Oberstleutnant E. Davidson, 12. 3. 1918, TNA, Air 1/31/15/1/160.
[268] MI7 History, S. 20.

Beginn an Standard.[269] Die Ziele der Abteilung waren allerdings nicht auf den Krieg begrenzt. Sie sollte langfristig für die Luftfahrt im Allgemeinen und die RAF im Besonderen werben, ähnlich dem Nachrichtenbüro der deutschen Marine vor dem Krieg.[270] Diese über den Krieg hinausweisende Verankerung der Medienarbeit in den Strukturen der Streitkräfte war eine der prägnantesten Folgen ihrer kriegszeitlichen Expansion in Großbritannien. Davon abgesehen fällt auf, dass sich die Militärführung nach dem Frühjahr 1918 weniger mit der Medienarbeit für die Heimat befasste. Dies war nicht allein auf die neuen Institutionen und das Engagement des MoI zurückzuführen. Ab Mitte 1918 wurde vielmehr erkennbar, dass die deutschen Streitkräfte am Ende waren. Diese wiederum setzten angesichts der zunehmend hoffnungslosen Situation bis zuletzt auf die Handlungsoptionen, die die Medien boten.

Schon im Frühjahr 1917 zeichnete sich ab, dass es nicht möglich war, das Ziel zu erreichen, das Vertrauen der Bevölkerung in die Fähigkeit der Militärführung zu erhalten, den Krieg zu gewinnen. Als der Zar im März stürzte, entfiel der wesentliche Kriegsgrund für die SPD. Aus der kriegskritischen ‚Sozialdemokratischen Arbeitsgemeinschaft' entstand die USPD und damit eine organisierte Gruppe von Kriegsgegnern. Der seit langem vor allem von rechts bedrängte ‚Burgfrieden' war damit endgültig beendet.[271] Das Militär wollte die Kriegsgegner um jeden Preis unterdrücken. Der Obermilitärbefehlshaber Stein ließ Versammlungen überwachen, Kriegsgegner verhaften und die Zensoren gegen entsprechende Schriften vorgehen. Er hieß sie dabei, „mit Rücksicht auf das Kaiserwort ‚Ich kenne keine Parteien mehr' darauf zu achten […], dass die Massnahmen nicht in eine Form gekleidet werden, die nach aussen den Eindruck erwecken könnte, als seien sie gegen die Partei als solche gerichtet."[272] Das Militär war entschlossen, keine anderen Kriegsdeutungen neben der eigenen zu dulden. „Ich verlange von der Presse, daß sie sich als Dienerin, nicht als Herrin des Staats gebärdet und fühlt", so hatte es Nicolai schon am 1. März formuliert und dabei seine Medienbilder offen dargeboten.[273] ‚Staat' wurde hier, wie schon im Merkblatt für die Presse, letztlich mit den konservativen Eliten und damit auch dem Militär gleichgesetzt. Die Medien sollten seinen Wünschen entsprechen, dabei aber nicht den Anschein der Unabhängigkeit verlieren. Dem entsprach Ludendorffs Wunsch vom 4. Juli 1917, das Bild- und Filmamt in eine scheinbar unabhängige, privatwirtschaftliche Organisation umzuwandeln, um die Wirkung seiner Produkte zu steigern.[274] Als jedoch am 18. Dezember die Ufa entstand, war bereits klar gewor-

[269] Davidson an Chief of the Air Staff, 20. 2. 1918, TNA, Air 1/31/15/1/160.

[270] Memorandum Davidsons, 22. 4. 1918, TNA, Air 1/31/15/1/160; Memorandum Dawsons für Davidson, 4. 5. 1918, TNA, Air 1/31/15/1/160; siehe auch Notes on the Production of Propganda, AI 7, vermutlich bereits April 1918, TNA, Air 1/31/15/1/160; spätestens im Mai lag der Leitfaden vor, siehe TNA, Air 1/344/15/226/290.

[271] Gutsche, Aufstieg, S. 206–208; Ritter, Tragödie, S. 536 f.; Welch, Omission, S. 172–184.

[272] Obermilitärbefehlshaber 3545. 17 g A 1, 14. 6. 1917, BayHStA, MKr 11528.

[273] Nicolai an Bloem, 1. 3. 1917, zitiert nach Pyta, Hindenburg, S. 118.

[274] Barkhausen, Filmpropaganda, S. 120 f., sowie gekürzter Abdruck ab S. 259; Bir et al., Film, S. 344; Creutz, Pressepolitik, S. 171; Kreimeier, Ufa, S. 34–36; Oppelt, Film, S. 126 f.

den, dass die Heimat nicht länger auf einen Sieg warten wollte:[275] Am 19. Juli 1917 hatte sich die Mehrheit des Reichstages in einer Resolution für den Frieden ausgesprochen.[276]

Das Militär war jedoch nicht bereit, das seit der Marneschlacht konstruierte Narrativ aufzugeben, wonach es wusste, was es tat, und der Sieg nur eine Frage der Zeit war. Stattdessen hob die OHL es auf eine neue Stufe und stellte die Medienarbeit für die Heimat vollständig unter die Vorzeichen des Medienkriegs:[277] Ludendorffs Vertrauter, Major Hans von Haeften, Leiter der MAA, urteilte am 20. Juli, „dass die Friedens-Resolution des Reichstages ein Kind der Panik gewesen ist," die durch gegnerische Medienarbeit, mangelnde eigene Gegenmaßnahmen und die Rede Erzbergers erzeugt worden sei.[278] Mit anderen Worten: Erst die gegnerische Medienarbeit machte die Schwierigkeiten des Krieges wirklich unerträglich. Ludendorff war ganz Haeftens Meinung: Von Kriegsbeginn an hätten die gegnerischen Nationen mithilfe der Medien versucht, in Deutschland Unruhen auszulösen. Hierin lag „eine schwere Gefahr für die Aufrechterhaltung der Kampfkraft des deutschen Volkes und damit für die Kriegführung."[279] Die Antwort auf diese als bedrohlich empfundene Situation lautete: weiter intensivierte Medienarbeit.

Zuerst sollte allerdings verhindert werden, dass auch im Heer der Wunsch nach Frieden laut würde.[280] Aufklärungs-Abteilungen, schon im April bei einigen Generalkommandos auf Vorschlag des KPrA geschaffen, um ‚Vaterländische Aufklärung' zu betreiben, wurden ausgeweitet.[281] Unter dem Namen Vaterländischer Unterricht (VU) wurden Aufklärungsoffiziere eingesetzt, um die Sichtweise der OHL im Militär selbst verbreiten zu können.[282] Ludendorff bewertete den Heer

[275] Becker und Krumeich, Krieg, S. 94, gestützt auf Daniel, Arbeiterfrauen, S. 253–255; sowie Lipp, Meinungslenkung. Zur Ufa-Gründung siehe Kriegsministerium 1079/2.18.Z3, Geheim, 28. 2. 1918, BAMA, RM 3/9901; Oppelt, Film, S. 127; Vogel, Organisation, S. 32; Welch, Omission, S. 48 f. Siehe zur Rolle des Films im Ersten Weltkrieg in Deutschland und Großbritannien auch Paul, Skizze, S. 8 f.

[276] Zur Perspektive der OHL beispielsweise Pyta, Hindenburg, S. 267–272; siehe auch Schreiben Thaers, 24. 8. 1917, wiedergegeben in Thaer, OHL, S. 134.

[277] Siehe Deist, Zensur, S. 161.

[278] Haeften an Nicolai, 20. 7. 1917, BAMA, RM 5/3791, Bl. 312–318; Tirpitz, Erinnerungen, S. 278–280.

[279] Chef des Generalstabes des Feldheeres, IIIb, 16864/III, Geheim, 15. 11. 1917, HSAS, E 40/72 Bü 554.

[280] Zur Angst vor einer Rückwirkung der Streiks in Deutschland auf das Heer siehe Kriegsminister von Stein an Hindenburg, 12. 5. 1917, GLAK, 456 F6/225 und Schreiben Ludendorffs, 24. 5. 1917, ebd.

[281] Verhey, Spirit, S. 189–191; Welch, Omission, S. 202 f.; ferner Deist, Voraussetzungen, S. 129, 135 f.; zum Leitungsanspruch: Kriegspresseamt 22293 IV, 21. 7. 1917, HSAS, E 40/72 Bü 554; auch GLAK, 233/39399.

[282] Dies gilt als wichtiger Schritt hin zur Totalisierung des Krieges: Hirschfeld und Krumeich, Kulturgeschichte, S. 52 f. Zur innermilitärischen Rolle des VU und der politischen Bildung in Großbritannien siehe Hew Strachan, Ausbildung, Kampfgeist und die zwei Weltkriege, in: Bruno Thoß und Hans-Erich Volkmann (Hrsg.), Erster Weltkrieg, Zweiter Weltkrieg. Ein Vergleich, Paderborn 2002, S. 265–286, *passim*; ferner Cockerill, Fools, S. 66 f. Zum VU siehe Förster, Weltanschauung, *passim*, besonders S. 297, wo moralerhaltende Maßnahmen als Antwort auf militärische Krisen thematisiert werden.

und Heimat umfassenden VU bereits im September 1917 als erfolgreich, während die Medienspezialisten des Militärs ihn bis zum Kriegsende für unausgereift hielten.[283] Allerdings wollten auch sie nicht auf ihn verzichten, da sie eine neue Schwierigkeit ausgemacht hatten: Im August 1917 urteilte Stotten, dass der Presse nicht mehr geglaubt werde. Die mündliche Aufklärung im Rahmen des VU schien damit unumgänglich.[284] Dennoch wurde die Presse nicht vernachlässigt. Vielmehr galt „die Haltung und Einwirkung der Presse auf die deutsche öffentliche Meinung" führenden Militärvertretern wie Hindenburg und Ludendorff als entscheidend für den Kriegsverlauf.[285] Ihre Berichterstattung sollte daher noch enger an das vom Militär gewünschte Kriegsbild gebunden werden; die Heldenberichte wurden intensiviert. Die bereits etablierte militärische Berichterstattung, die das Ziel hatte, „in der Heimat den Geist der Opferwilligkeit und des tapferen Aushaltens an dem Beispiel ihrer Kämpfer zu stählen und ihr immerfort vor Augen zu führen, wie winzig und lächerlich die Opfer an alltäglichem Behagen sind, die sie selber zu bringen hat", wurde erweitert.[286] So sollten spezielle Offizier-Kriegsberichterstatter (OKB) Berichte verfassen, die kostenlos an die Presse gegeben wurden, um „die Verbindung zwischen Front und Heimat durch ständige Berichterstattung zu erhalten und immer inniger zu gestalten, um so das Verständnis der Gesamtheit für die Kriegsvorgänge zu befestigen und dadurch den einheitlichen Siegeswillen unseres Volkes zu stärken." In diesem Sinne betreuten sie auch die zivilen Kriegsberichterstatter.[287] Weite Teile der Presse begrüßten diese Betreuung ebenso wie lokale und überregionale Pressekonferenzen, die nun außerhalb Berlins abgehalten wurden.[288] Noch am 2. August 1918 dankten die Journalisten dem Militär für die gute Zusammenarbeit und hofften, dass diese über das Kriegsende hinaus fortdauern werde.[289] Praktisch bedeutete diese Kooperation bei den regio-

[283] Becker und Krumeich, Krieg, S. 94; Creutz, Pressepolitik, S. 243; Deist, Zensur, S. 161 f.; Deist, Zusammenbruch, S. 214–219; Welch, Omission, S. 206–210, 216, 219–221; siehe auch Demm, Propaganda, S. 165. Zu den Aufgaben der Aufklärungsoffiziere siehe auch Verfügung des preußischen Kriegsministers, wiedergegeben in XIV. A.K., Stv. GKdo, Abt. V 11012, 23. 8. 1917, GLAK, 456 F8/317.

[284] Tagungsbericht über die Tagung im Kriegspresseamt vom 7.–10. 8. 1917 mit Vertretern von Militär- und Zivilbehörden, BAMA, RM 5/3723, Bl. 71–148; HSAS, M 635/2 Bd 18; Auszug in Deist (Hrsg.), Innenpolitik 2, S. 848–855; siehe auch Altenhöner, Kommunikation, S. 58 f.; Creutz, Pressepolitik, S. 243; Marquis, Words, S. 490 f.; Stegmann, Inlandspropaganda, S. 84; Vogel, Organisation, S. 29.

[285] Abschrift eines Schreibens Holtzendorffs, 1. 11. 1917, BAMA, RM 5/3737, Bl. 293.

[286] Chef des Generalstabes der Heeresgruppe Deutscher Kronprinz, Nachrichtenoffizier J. Nr. 6115, 15. 8. 1917, GLAK 456 F1/412; zur Aufgabenabgrenzung zwischen offizieller Informationsausgabe und Kriegsberichterstattern siehe auch Nicolai, Nachrichtendienst, S. 57 f. und S. 60, wo er letztere als „Mitarbeiter der Abteilung III B" bezeichnet.

[287] Siehe Dienstanweisung der OKB in Ol Reinhardt, AOK 7, Ia Nr. 19717, 21. 8. 1917, GLAK 456 F1/412; siehe auch beispielhafte Artikel in BayHStA, MKr 18338 und Oberkommando der 3. Armee, N.O./O.K.B. No. 14268, 24. 5. 1918, BAMA, RM 5/3842.

[288] Zu lokalen Konferenzen siehe Kriegspresseamt OZ, 29381 O.Z., 25. 9. 1917, BAMA, RM 5/3804, Bl. 162 f.; zu überregionalen: Kriegspresseamt 31005 II, 1. 11. 1917, BAMA, RM 5/3804, Bl. 246.

[289] Kriegspresseamt 44323 O.Z., Aufzeichnungen der Pressebesprechung, 2. 8. 1918, BayHStA, MKr 14026; Creutz, Pressepolitik, S. 266 f.

nalen Konferenzen, dass das Militär seine Sicht der Dinge schilderte. Unangemeldete Rückfragen waren verboten, um mögliche Kritik einer zunehmend über den Kriegsverlauf besorgten Presse zu vermeiden.[290]

Dass die Militärführung ganz in ihrer Medienrealität aufging, zeigte sich auch, als weite Teile der Marinemannschaften in Kiel zur USPD übertraten[291] und im Januar 1918 Streiks für einen annexionslosen Frieden stattfanden.[292] Generalmajor Ernst von Wrisberg, Direktor des Allgemeinen Kriegs-Departements, hoffte im Mai 1918 Streiks verhindern zu können, indem man ‚kommunistische Propaganda' von der Bevölkerung fernhielt – obwohl eben diese Medienstrategie längst gescheitert war.[293] Die mediale Repräsentation des Krieges schien wichtiger als alles andere.[294] Moltkes frühere Behauptung, die Leistung des Heeres hänge an der Moral der Heimat, war für die Streitkräftespitzen reizvoll wie nie zuvor. Schon im Dezember 1917 hatte das 7. Armeeoberkommando die steigende Zahl kapitulierender Soldaten damit erklärt, dass die Heimat nicht einig an das Narrativ des Militärs glauben wolle und dies sogar in der Presse zeige: „Je mehr die Regierung sich die Parteien über den Kopf wachsen läßt, je mehr widerliches Gezänk unter den einander bekämpfenden Richtungen sich in der Presse breitmacht, um so leichter wird es den vaterlandslosen Elementen, immer offener und dreister auf ihre feldgrauen Angehörigen einzuwirken."[295]

Als am 5. April die deutsche Frühjahrsoffensive – Ludendorffs Versuch, den Krieg zu gewinnen – gestoppt werden musste, wurde dies genauso verschwiegen, wie die Marne-Niederlage 1914. Jean-Jacques Becker und Gerd Krumeich kommentieren: „Die deutsche Propaganda hielt durch, anders als die Truppe."[296] Als die Spitzen des erfolgreichen britischen Militärs kaum noch einen Gedanken auf die (routiniert stattfindende) Medienarbeit verwendeten, bot sie der OHL den letzten verbliebenen Gestaltungsspielraum. Die Annahme, durch die Medienarbeit etwas an der Kriegslage ändern zu können, öffnete einen gedanklichen Ausweg aus der operativen Machtlosigkeit. Noch im August wollte Hindenburg mit ihrer Hilfe die Bevölkerung zum ‚Durchhalten' bringen – bis die Gegner kollabierten.[297] Deu-

[290] Kriegspresseamt, O.Z. 45649, 3. 9. 1918, BAMA, RM 5/3804, Bl. 274; GROENER, Lebenserinnerungen, S. 413; WILKE, Presseanweisungen, S. 39.

[291] Abschrift eines Berichts der Politischen Polizei Kiel, 7. 8. 1917, BAMA, RM 2/1983, Bl. 312–316.

[292] RITTER, Militarismus, S. 157–162; STEGMANN, Inlandspropaganda, S. 87–89; VOGEL, Organisation, S. 50–52.

[293] Kriegsministerium 3135/18 g. A1, 4. 5. 1918, HSAS, E 40/72 Bü 554; ferner Lyncker an seine Frau, 28. 11. 1917, in HOLGER AFFLERBACH (Hrsg.), Kaiser Wilhelm II. als Oberster Kriegsherr im Ersten Weltkrieg. Quellen aus der militärischen Umgebung des Kaisers 1914–1918, München 2005, S. 535.

[294] Den verlorenen Realitätsbezug der Militärführung beobachtet beispielsweise auch BELINDA J. DAVIS, Home Fires Burning. Food, Politics, and Everyday Life in World War I Berlin, Chapel Hill 2000, S. 229 f.

[295] Gruppe Crépy 1011 geh. Pers. Chef des Generalstab des Feldheeres, II 71473 op, 26. 11. 1917, GLAK, 456 F1/372; kritisch zu solchen Wirkungszuschreibungen WATSON, Enduring, S. 220 f.

[296] BECKER und KRUMEICH, Krieg, S. 280.

[297] PYTA, Hindenburg, S. 331.

telmoser meinte zwar, dass nun die Wahrheit gesagt werden müsse, unterstützte aber dennoch die Versuche, das Narrativ der OHL zu verbreiten.[298] Auch bei der Marine blieb die Skepsis theoretisch: Boy-Ed warnte seinen Nachfolger, Korvettenkapitän Scheibe, dass durch die Medienarbeit geweckte, unerfüllbare Hoffnungen auf den U-Boot-Krieg negativ auf die Marine zurückfallen könnten.[299] Er selbst hatte freilich noch 1918 in einem Schützengrabenbuch das Gegenteil behauptet, und der neue Admiralstabschef Admiral Reinhard Scheer versicherte der Presse, der U-Boot-Krieg werde Großbritannien „auf die Knie zwingen."[300] Ende August begann die von der OHL gewünschte „Propagandawelle".[301] Ludendorff wusste, dass der Erzählung vom möglichen Sieg nicht mehr geglaubt wurde und zweifelte im Gespräch mit einem befreundeten Journalisten sogar selbst: „Wenn ich keinen Glauben in meinen Heeresbericht mehr beim Volke finde, dann [...] sollen sie es eben lassen! [...] man trägt die ganze Last und wird auch allmählich nervös." Dennoch ging er gern auf das Angebot ein, gemeinsam mit den Medienvertretern nach einem Weg zu suchen, das Vertrauen der Bevölkerung in die Berichte wiederherzustellen.[302] Die Aussicht, handeln zu können, wirkte auf ihn offenbar geradezu therapeutisch. Anstelle der vorherigen Resignation plante er nun, Friedrich Ebert und die MSPD an seiner neuen Initiative zu beteiligen.[303] Auch Hindenburg schien über die Glaubwürdigkeit seiner Berichte besorgter als über den Kriegsverlauf:

> Ich halte es für dringend geboten, daß mehr als bisher in der gesamten Presse [...] jedem Deutschen die furchtbaren Folgen eines Friedens um jeden Preis klar und deutlich vor Augen geführt werden. [...] Ehrenvoller Friede oder Kampf bis zum Äussersten! [...] Das allein kann der Ton sein, der unserer Presse und unseren Rednern geziemt.[304]

Hindenburg wollte die „Beeinflussung des Volkes" fortsetzen[305] und forderte noch am 24. Oktober eine neue, effektive Zentrale für die Medienarbeit vom Reichskanzler.[306] Auch Nicolai zählte weiterhin darauf, dass der mögliche Sieg in Print-

[298] Ritter, Militarismus, S. 394–396; Der Reichskanzler P. Nr. 682/18, 29. 8. 1918, HSAS, E 40/72, Bü 773; Oppelt, Film, S. 106; Stegmann, Inlandspropaganda, S. 101.

[299] Notizen zur Geschäftsübergabe, 30. 8. 1918, BAMA, RM 5/3738, Bl. 186; vgl. Kriegsgliederung des Admiralstabs, 1. 10. 1918, in Hubatsch, Admiralstab, S. 252–254; dass Boy-Ed recht behielt zeigt Werner Rahn, Verteidigungskonzeption und Reichsmarine in der Weimarer Republik. Planung und Führung in der Ära Behncke und Zenker (1920–1928), Diss., Hamburg 1976, S. 37–40, 43 f.

[300] Tagebucheintrag Müllers, 12. 9. 1918, wiedergegeben in Müller, Regierte, S. 411 f.; laut Bethmann Hollweg, Betrachtungen 2, S. 208, gab es diese Äußerung nicht; zu Boy-Ed: Karl Boy-Ed, Amerika und der U-Bootskrieg, Berlin 1918.

[301] Ritter, Militarismus, S. 404 f.; Stegmann, Inlandspropaganda, S. 101 f.; Verhey, Spirit, S. 194–196; Vogel, Organisation, S. 58 f.

[302] Aufzeichnungen Fabers ü. Unterredung mit Ludendorff v. 27. IX. 1918, wiedergegeben in Knesebeck, Wahrheit, S. 121.

[303] Stegmann, Inlandspropaganda, S. 102.

[304] Chef des Generalstabes des Feldheeres 71303 M.IV, 14. 10. 1918, GLAK 456 F1/377.

[305] Ebd.; ferner Chef des Generalstabes des Feldheeres IIIb 19489/II, 14. 10. 1918, ebd.; siehe auch GLAK 456 F8/321; AOK Armee-Abteilung B, 226 geh., 26. 9. 1918, StvGenKdo XIV. A.K. an Armee-Abteilung B, 16. 10. 1918, ebd.

[306] Ritter, Militarismus, S. 442 f.

und Bildmedien glaubhaft gemacht werden könnte.[307] Selbst als sich die deutschen Truppen Anfang November weiträumig zurückzogen, hielt die Militärspitze an ihrer Scheinwelt fest: Die Rückzüge wurden als geplante Neugruppierungen bezeichnet.[308]

Erst am 6. November 1918 gab Hindenburg die Erzählung vom bevorstehenden Sieg auf – nicht jedoch die von Moltke 1915 angelegte Rückversicherung. Waren er und Ludendorffs Nachfolger Generalleutnant Wilhelm Groener noch am Vortag der Ansicht gewesen, es sei die größte Gefahr, dass das Heer der „Entnervung durch die Einflüsse der Heimat" erliegen könnte,[309] erklärte Hindenburg nun, es sei der gegnerischen Medienarbeit „durch planmäßige Propaganda gelungen, die Stimmung in Heimat und Heer bei uns herabzudrücken."[310] So verteilte er die Verantwortung für die militärische Niederlage auf den Medienkrieg und die Schultern der Heimatbevölkerung um. Als am 17. Dezember 1918 in der *Deutschen Tageszeitung* der Maurice zugeschriebene Begriff der Dolchstoßlegende erschien, machte ihn sich die deutsche Militärführung zu eigen.[311]

Auf eben diese Legende, die für die weitere Geschichte der Medienarbeit in Deutschland von nicht zu unterschätzender Bedeutung war, gehe ich im folgenden, kurzen Exkurs ein, bevor ich die Analyse der Medienarbeit im Ersten Weltkrieg fortsetze.

4.3 Die Dolchstoßlegende als eine Folge der nach innen gerichteten Medienarbeit in Deutschland – Ein Exkurs

Mithilfe der Medienarbeit versuchte die deutsche Militärspitze, sich selbst von der Verantwortung für den Kriegsverlauf zu befreien. Auch aus diesem Bemühen entstand nach der Niederlage die Dolchstoßlegende:[312] die Legende, dass das deutsche Heer tatsächlich nicht geschlagen worden sei, dass der Krieg durch den Zusammenbruch der Heimat verloren gegangen sei. Diese Interpretation war angesichts des im Krieg etablierten Narrativs nur folgerichtig. Denn wenn der militärische Erfolg am Vertrauen der Heimat in die OHL hing, war es schluss-

[307] Protokoll der Tagung der Leiter des Vaterländischen Unterrichts vom 15. 10. 1918, Protokoll Nicolai, 18. 10. 1918, GLAK, 456 F8/318.

[308] Koszyk, Pressepolitik, S. 56 f.

[309] Groener, Lebenserinnerungen, S. 447.

[310] Chef des Generalstabes des Feldheeres Op. Gruppe IV, 19950 b. geh., 6. 11. 1918, GLAK, 456 F1/377; Wilhelm Groener, Der Weltkrieg und seine Probleme. Rückschau und Ausblick, Berlin 1920, S. 59 f.

[311] Pyta, Hindenburg, S. 404; Wolfgang Schivelbusch, Die Kultur der Niederlage. Der amerikanische Süden 1865, Frankreich 1871, Deutschland 1918, Berlin 2001, S. 231; dass Maurice im Star vom 30. 11. 1918 nicht sagte, es habe einen Dolchstoß gegeben, zeigt Balfour, Propaganda, S. 9; vgl. Verhey, Spirit, S. 71 f.

[312] Zum besonderen Bedürfnis, eigene Niederlagen zu erklären, siehe Reinhart Koselleck, Erfahrungswandel und Methodenwechsel. Eine historisch-anthropologische Skizze, in: ders., Zeitschichten. Studien zur Historik, Frankfurt am Main 2000, S. 27–77, insbesondere S. 68.

endlich deren Verantwortung, wenn dieser Erfolg ausblieb. Dies hatte bereits Moltke nach dem Rückzug von der Marne formuliert. Entsprechend äußerten sich Hindenburg und Ludendorff vor dem Untersuchungsausschuss im November 1919: „Ein englischer General sagte mit Recht: ‚Die deutsche Armee ist von hinten erdolcht worden.' Den guten Kern des Heeres trifft keine Schuld. Seine Leistung ist ebenso bewunderungswürdig wie die des Offizierkorps. Wo die Schuld liegt, ist klar erwiesen."[313] Als ein wesentlicher Grund dafür, dass die Heimat kollabiert sei, galt die Medienarbeit der Gegner, ganz in Übereinstimmung mit den zeittypisch starken Medienwirkungsannahmen.[314] Ludendorff formulierte es in seinen Kriegserinnerungen so: „Auf die feindliche Propaganda starrten wir, wie das Kaninchen auf die Schlange. Sie war ausnehmend großzügig und geschickt, arbeitete mit starken, auf die Massen wirkenden Gedanken, in vollständiger Übereinstimmung mit der Kriegführung und gebrauchte skrupellos alle Mittel."[315] Tirpitz stieß in das gleiche Horn.[316] Andere Streitkräftevertreter, darunter auch die Medienspezialisten Blau, Nicolai und Oberstleutnant Dr. Kurt Hesse, schlossen sich an.[317] Im Grunde schrieben sie das aus der Kriegszeit bekannte Eskalationsmuster fort. Die bisherigen Medienstrategien hatten nicht zum Sieg geführt – Deutschland hatte den Ersten Weltkrieg verloren. Dies jedoch wollte die Militärführung nicht akzeptieren.[318] Als Ausweg diente einmal mehr die Medienarbeit – namentlich diejenige der Gegner. Indem dieser unterstellt wurde, den Glauben der Heimatbevölkerung an den Sieg unterminiert zu haben, und indem diesem Vertrauensverlust die Verantwortung für das Kriegsende zugesprochen wurde, konnten die Streitkräftespitzen an der Illusion festhalten, für den Kriegsausgang nicht verantwortlich zu sein. Zugleich zementier-

[313] Stenographischer Bericht über die öffentlichen Verhandlungen des Untersuchungsausschusses. 14. Sitzung des 2. Unterausschusses. Dienstag den 18. 11. 1919, S. 731, online unter http://www.1000dokumente.de/index.html?c=dokument_de&dokument=0026_dol&object=translation&st=&l=de, zuletzt geprüft am 5. 7. 2014. Siehe auch Pyta, Hindenburg, S. 341, 403–409; Verhey, Spirit, S. 220; Johannes Erger, Der Kapp-Lüttwitz-Putsch. Ein Beitrag zur deutschen Innenpolitik, Düsseldorf 1967, S. 71 f.

[314] Siehe auch oben, Kapitel 1.

[315] Ludendorff, Kriegserinnerungen, S. 285; ferner ebd., S. 1–5, 285–299; Manfred Nebelin, Ludendorff. Diktator im Ersten Weltkrieg, München 2010, S. 519; Uhle-Wettler, Ludendorff, S. 385 f.; zur Rezeption Uziel, Propaganda, S. 37–39; vgl. Daniel, Medientheorie, S. 63.

[316] Tirpitz, Erinnerungen, S. 273–281; Tirpitz, Ohnmachtspolitik, S. xxvi f.

[317] Übersichtlich bei Uziel, Propaganda, S. 237–243; siehe beispielsweise Blau, Kriegführung, vor allem S. 100; Hesse, Feldherr, S. 161–172; Nicolai, Nachrichtendienst, S. 159 f., 216; weitere wichtige Titel waren Friedrich von Bernhardi, Vom Kriege der Zukunft. Nach den Erfahrungen des Weltkrieges, Berlin 1920; Blau, Propaganda; Blau, Rahmen; Ludendorff, Krieg; George Soldan, Der Mensch und die Schlacht der Zukunft, Oldenburg 1925; Hans Thimme, Weltkrieg ohne Waffen. Die Propaganda der Westmächte gegen Deutschland, ihre Wirkung und ihre Abwehr, Stuttgart 1932; Alfred von Wrochem, Planmäßige Zersetzung des deutschen Volkes, Leipzig 1925; Blau, Hesse und Wrochem arbeiteten später als Medienspezialisten für die Wehrmacht, siehe auch unten, Kapitel 6, und zur besonderen Bedeutung Hesses Uziel, Blick, S. 320 f. Beachte ferner Boris Barth, Dolchstoßlegenden und politische Desintegration. Das Trauma der deutschen Niederlage im Ersten Weltkrieg 1914–1933, Düsseldorf 2003, S. 326–332.

[318] Barth, Dolchstoßlegenden, S. 3.

ten sie mit dieser Lesart die Überzeugung, dass Medienarbeit ein nahezu grenzenloses Machtmittel darstellte, das sogar in der Lage war, Kriege zu entscheiden. Damit öffneten sie ihrem weiteren Ausbau innerhalb wie außerhalb der Streitkräfte Tür und Tor.[319]

Freilich war die Medienarbeit nicht der einzige Grund, der für die Niederlage angeführt wurde – und das Militär war nicht die einzige Gruppe, die sich in eine Dolchstoßlegende flüchtete, um den verlorenen Krieg zu erklären. Boris Barth demonstriert, dass neben dem Militär politisch rechte Gruppen, vor allem die Alldeutschen und andere völkisch Gesinnte sowie die Freikorps und ihre Anhänger, aber beispielsweise auch die evangelische Kirche Zuflucht in verschiedenen Varianten des Dolchstoßes suchten, um den Kriegsausgang begreiflich zu machen. Die Schuld schrieben sie vor allem politisch linken und jüdischen Bevölkerungsteilen zu.[320] Gerade erstere wurden auch vom Militär schnell als wesentlicher Sündenbock identifiziert und als politischer Gegner bestätigt. Noch unter Groener begannen die Streitkräfte, Offiziere und einfache Soldaten zu Rednern im Stile der im Krieg erprobten Vaterländischen Aufklärung zu schulen, um gegen bolschewistisches Gedankengut vorzugehen. In Bayern nahm an den entsprechenden Schulungen auch Adolf Hitler teil.[321]

Auf der anderen Seite hatte die Dolchstoßlegende nicht nur Fürsprecher. Sie wurde nicht nur von Anhängern der Weimarer Republik abgelehnt,[322] auch innerhalb des Militärs fand sie Kritiker – darunter auch der langjährige Medienspezialist Deutelmoser.[323] Ein Meinungsaustausch zwischen Gegnern und Befürwortern der Dolchstoßlegende fand aber spätestens ab Mitte der 1920er Jahre nicht mehr statt. Ihre Interpretationen standen nebeneinander und am Ende des Jahrzehnts war die Legende aufseiten der politischen Rechten zum integralen Bestandteil der eigenen Weltsicht geworden.[324]

Dies gilt insbesondere für die NSDAP, die die Dolchstoßlegende immer wieder für die eigenen politischen Ziele einspannte.[325] Die Propagandabegeisterung der Nationalsozialisten ist zumindest zum Teil auf die Dolchstoßlegende zurückzuführen, namentlich auf die in ihrem Kontext behauptete Medienwirkung. Vor diesem Hintergrund ist auch die theoriebegleitete Expansion der Medienarbeit im deutschen Militär der Zwischenkriegszeit zu sehen. Anhänger der Theorie wie Blau oder Hesse begründeten mit ihr ihre eigene Nützlichkeit als Medienspezia-

[319] Von einem ähnlichen Phänomen profitierte auch die Werbeindustrie – unternehmerische Erfolge konnten der erfolgreichen Werbung zugeschrieben werden, Misserfolge bedeuteten, dass mehr Aufwand betrieben werden müsse, so GEIGER, Kritik, S. 469.

[320] BARTH, Dolchstoßlegenden, *passim*, beachte besonders S. 220–223, 359–362.

[321] OTHMAR PLÖCKINGER, Unter Soldaten und Agitatoren. Hitlers prägende Jahre im deutschen Militär 1918–1920, Paderborn 2013, S. 101–104, 151, 342 f.

[322] BARTH, Dolchstoßlegenden, S. 500 f., 510–515; SCHIVELBUSCH, Kultur, S. 251 f.; VERHEY, Spirit, S. 220–223; zu Wolff siehe ders., Lessons, S. 110.

[323] DEUTELMOSER, Einwirkung, *passim*; KOSZYK, Pressepolitik, S. 19; siehe ferner CORUM, Blitzkrieg, S. 60 f.; UZIEL, Propaganda, S. 46. Zu Deutelmoser siehe auch Kapitel 5.1.

[324] BARTH, Dolchstoßlegenden, S. 516 f., 531.

[325] Ebd., S. 540–545; IAN KERSHAW, 1936–1945. Nemesis (Hitler, Bd. 2), London 2001, S. 783.

listen für das Militär und fanden weitere Anhänger, darunter auch führende Offiziere wie den langjährigen Chef des Wehrmachtführungsstabes Generaloberst Alfred Jodl.[326] Sie alle verband die Überzeugung, die Medienarbeit im nächsten Krieg ‚besser' machen zu müssen[327] und mit der eigenen Expertise auch „Meister sein zu können."[328] Dementsprechend folgte im Zweiten Weltkrieg von Beginn an ein planvoller, massiver Einsatz der Medienarbeit, mit deren Hilfe eine militärisch deutlich überlegene gegnerische Allianz bezwungen werden sollte. Diese Folgen der Dolchstoßlegende für die Wahrnehmung der Medienarbeit werden in Kapitel sechs und sieben sichtbar. Im Folgenden untersuche ich jedoch zunächst die Medienarbeit für Neutrale im Ersten Weltkrieg.

4.4 Von der Konkurrenz um die bessere Medienarbeit zur Kriegführung mit ihrer Hilfe – Einflussnahme auf Neutrale

Die Einstellung neutraler Staaten war im Ersten Weltkrieg für alle Kriegführenden von großer Bedeutung. Nicht nur stellten Schweden, Südamerika oder die USA wichtige Rohstofflieferanten dar. Immer wieder ging es auch um die Frage, ob Neutrale neutral blieben oder in den Krieg eingreifen würden – wie Italien, die Balkanstaaten oder die USA. Entsprechend spielten auch sie bald eine wichtige Rolle in der militärischen Medienarbeit und trugen zu ihrem Ausbau bei, gerade in Deutschland, wo die Marine sie von Beginn an als Zielgruppe ihres Medienkrieges auserkoren hatte. Zudem waren diese auf neutrale Staaten zielenden Medienstrategien eine wichtige Triebkraft hinter der Vorstellung, in einem Medienkrieg gegen die Gegner antreten zu müssen. Auch wenn eine Medienwirkung nur unterstellt wurde, sah man sich angesichts der gegnerischen Medienarbeit für Neutrale immer wieder genötigt, die eigenen Anstrengungen zu intensivieren. Um diese auf gegenseitiger Beobachtung basierende Dynamik zu betonen, analysiere ich im Folgenden zunächst für die erste, dann für die zweite Kriegshälfte abwechselnd die deutsche und britische Seite.

[326] Siehe Uziel, Propaganda, S. 41.

[327] Zur Dolchstoßlegende siehe des Weiteren Stephen Badsey, ‚The Missing Western Front'. British Politics, Strategy, and Propaganda in 1918, in: Mark Connelly und David Welch (Hrsg.), War and the Media. Reportage and Propaganda, London 2007, S. 47–64, hier S. 60; Barth, Dolchstoßlegenden, *passim*; Deist, Kriegführung, S. 392 f.; Deist, Zusammenbruch, *passim*; Kunczik, Öffentlichkeitsarbeit, S. 163–165; Lipp, Meinungslenkung, S. 312–314; Mühsam, Belogen, vor allem S. 119–122; Schivelbusch, Kultur, S. 231, 242–262; Sywottek, Mobilmachung, S. 13–15; Uziel, Blick, S. 306–312; Verhey, Spirit, S. 220–223; ders., Lessons, *passim*, besonders S. 115; Rainer Wohlfeil und Hans Dollinger, Die deutsche Reichswehr. Bilder, Dokumente, Texte. Zur Geschichte des Hunderttausend-Mann-Heeres 1919–1933, Frankfurt am Main 1972, S. 118. Besonders zur Bedeutung der militärischen Theoretiker im Vergleich zu NS-Propagandabefürwortern siehe Sywottek, Mobilmachung, *passim*, besonders S. 9; Wette, Ideologien, S. 122 f.

[328] Hesse, Feldherr, S. 2 f.

Kriegführung gegen, Medienarbeit für Neutrale – Deutschland in der ersten Kriegshälfte

Bei Kriegsbeginn hatte sich zunächst die deutsche Marine als Teil ihres Medienkriegs darum bemüht, die neutralen Staaten von der Rechtmäßigkeit der deutschen Kriegführung zu überzeugen. In ihrem Gefolge begann auch das Heer, zuerst in der Person Deutelmosers, sich dieser Spielart der Medienarbeit zu widmen; zumindest wurden die vom Heer verhängten Exportregeln für deutsche Medienprodukte gelockert.[329] Nachdem der deutsche Kriegsplan an der Marne gescheitert war, entwickelte die militärische Führung verstärkt Interesse an der Medienarbeit für Neutrale. Unter strengen Auflagen erlaubte Falkenhayn ab Oktober 1914 Aufnahmen an der Front. Den Fotografen und Kameraleuten wurde eingeschärft, dass sie für das Wohl des Vaterlandes arbeiteten und aufnehmen sollten, „was geeignet ist, die nationale Werbetätigkeit im Auslande zu fördern.“[330] Im selben Monat erschienen mit den *Messter-Wochen* die ersten offiziellen Kriegswochenschauen.[331] Mit ihnen kam die OHL einem Wunsch nach, der vonseiten der Medien an sie herangetragen worden war, genauer gesagt durch den Verein der Verleger Deutscher Illustrierter Zeitschriften. Dieser hatte im September 1914 argumentiert, dass das Verbot von Aufnahmen an der Front ausländischen Stellen erlaube, das Bild der deutschen Kriegführung durch eigene Aufnahmen zu bestimmen. Dies sollte vermieden werden.[332] In diesem Sinne hatte der stellvertretende Generalstab auch schon am 22. September die Zensurstellen aufgerufen, den unkommentierten Abdruck gegnerischer Meldungen zu verhindern, da dies in den neutralen Ländern, wo die deutschen Zeitungen rezipiert wurden, Deutschlands Ansehen beschädigen könne.[333] Im Mai 1915 wurden bildliche Darstellungen „von Zerstörungen, die den Anschein erwecken, als seien sie von deutschen Truppen ausgeführt worden“, verboten. „Erlaubt werden nur Ansichten von Zerstörungen, welche durch feindliche Armeen verursacht

[329] Siehe oben, Kapitel 4.1.

[330] Anweisung für Kriegs-Photographen und Kinematographen, Stv. GSdA, IIIb Presse 1205, 8. 10. 1914, GLAK, 456 F6/225; siehe auch Brocks, Bildpostkarten, S. 120; Oppelt, Film, S. 102f. Übermäßig wichtig schien diese Frage dem Heer freilich noch nicht, Tagebucheintrag Theodor Wolff, 12. 10. 1914, wiedergegeben in Bernd Sösemann (Hrsg.), Theodor Wolff. Tagebücher 1914–1919. Der Erste Weltkrieg und die Entstehung der Weimarer Republik in Tagebüchern, Leitartikeln und Briefen des Chefredakteurs am ‚Berliner Tageblatt‘ und Mitbegründers der ‚Deutschen Demokratischen Partei‘. Erster Teil, Boppard am Rhein 1984, S. 108f.

[331] Welch, Omission, S. 49f.; siehe auch Martin Baumeister, ‚L'effet de réel‘. Zum Verhältnis von Krieg und Film 1914–1918, in: Bernhard Chiari, Matthias Rogg und Wolfgang Schmidt (Hrsg.), Krieg und Militär im Film des 20. Jahrhunderts, München 2003, S. 245–268, hier S. 251. Zu weiteren Wochenschauen siehe Bernd Kleinhans, Der Erste Weltkrieg als Medienkrieg. Wochenschauen, Spielfilm und Propaganda zwischen 1914 und 1918, online unter: www.erinnern.at (zuletzt eingesehen am 29. 4. 2015), S. 5, Anmerkung 17; ferner ders., Der Erste Weltkrieg als Medienkrieg. Film und Propaganda zwischen 1914 und 1918, in: APUZ 64 (2014), 16–17, S. 32–38, hier S. 33.

[332] Siehe auch Oppelt, Film, S. 103; Weise, Fotojournalismus, S. 73.

[333] StvGS IIb 718 Pr. A, 22. 9. 1914, BayHStA, MKr 13857.

sind.“[334] Die Verbreitung der Bilder wurde nicht allein den Medien überlassen, sondern zusätzlich über Stellen wie die ZfA und das halbstaatliche Presse-Photo-Syndikat organisiert, das ab 1915 Frontaufnahmen per Kurier ins Ausland beförderte.[335] Schließlich wurden die Bedingungen für neutrale Berichterstatter verbessert. Die Medienspezialisten des Heeres gaben im März 1915 eine Anleitung dafür heraus, wie mit ihnen bei Frontbesuchen umzugehen sei. Vor allem sollten sie offen und freundlich behandelt werden. Auf diese Weise erhalte man eine positive Berichterstattung im Ausland, wo die Medienwirkung größer sei als daheim.[336] Das Ziel hinter dieser Spielart der Medienarbeit hatte das Militär bereits in den Ergänzungen zum Merkblatt für die Presse im November erklärt: Es sollte betont werden, dass Deutschland einen Befreiungskrieg führe, von dem alle Nationalitäten profitieren könnten, die bisher von Großbritannien und Russland unterdrückt würden.[337] Die Militärspitze sah offenbar keinen Widerspruch darin, dass sie die Neutralität Luxemburgs und Belgiens ohne zu zögern ignoriert hatte. Stattdessen inszenierte man sich davon unberührt als Vorkämpfer kleiner Nationen.[338]

Auch als der U-Boot-Krieg die Beziehungen Deutschlands zu den Neutralen belastete, setzte das Militär wiederholt auf die Medienarbeit (zu daraus resultierenden Konflikten mit der eigenen Regierung siehe Kapitel fünf). Während es auf See neutrale Schiffe versenkte, suchte es über die Zeitungen, Auswirkungen auf die diplomatischen Beziehungen zu vermeiden. Bethmann Hollweg war gegenüber dem U-Boot-Krieg schon Ende 1914 skeptisch gewesen. Er fürchtete, dass neutrale Staaten wie Rumänien und Italien durch ihn zu Gegnern werden könnten.[339] Zu Recht: Noch bevor am 18. Februar 1915 die Gewässer um Großbritannien zum Kriegsgebiet erklärt worden waren, protestierten die skandinavischen Länder und die USA.[340] Dennoch eröffnete Deutschland den U-Boot-Krieg, nachdem ein Vermittlungsversuch der Vereinigten Staaten gescheitert war. Dass die deutsche Führung theoretisch bereit war, Schiffe unter neutraler Flagge zu schonen, konnte diplomatische Probleme nicht verhindern:[341] Im Mai wurde das Passagierschiff *Lusitania* versenkt, wobei US-Bürger starben. Die USA reagierten mit einer Protestnote, während zahlreiche deutsche Medien, bis hinein in das linke

[334] AOK 4, Nr. 989, 10. 5. 1915, BAMA, PH 3/592; siehe auch EISERMANN, Pressephotographie, S. 59.

[335] BROCKS, Bildpostkarten, S. 119.

[336] Richtlinien zum Umgang mit ausländischen Kriegsberichterstattern, IIIb 2918, 21. 3. 1915, GLAK, 456 F6/225.

[337] Preußischer Kriegsminister an die Militärbefehlshaber, Nr. 3620/114. g. A. 1, 9. 11. 1914, wiedergegeben in DEIST (Hrsg.), Innenpolitik 1, S. 81–83; auch: BAMA, RM 3/21.

[338] Vgl. WILKE, Auslandspropaganda, S. 101 f.; später zeigte sich, dass die entsprechende Medienarbeit aus britischer Sicht als wirksam galt, siehe unten.

[339] Tagebucheintrag Müller, 4. 2. 1915, wiedergegeben in MÜLLER, Regierte, S. 87 f.; TIRPITZ, Erinnerungen, S. 382–385; GUTSCHE, Aufstieg, S. 169; RITTER, Tragödie, S. 152–155.

[340] AFFLERBACH, Falkenhayn, S. 377–380; Tagebucheintrag Müller, 18. 2. 1915, wiedergegeben in MÜLLER, Regierte, S. 91; RITTER, Tragödie, S. 153–156.

[341] RITTER, Tragödie, S. 155–160; TIRPITZ, Erinnerungen, S. 349–353.

Spektrum, die Versenkung als großen Erfolg feierten und allgemeine Begeisterung für den U-Boot-Krieg ausbrach. Angesichts der ausländischen Reaktionen kritisierte Falkenhayn das Vorgehen. Insbesondere fürchtete er zu diesem Zeitpunkt einen Kriegseintritt der Balkanstaaten.[342] Als bei der Versenkung der *Arabic* im August erneut US-Bürger ums Leben kamen, setzten er und der Kanzler eine Einschränkung des U-Boot-Kriegs durch. Zudem wurde der Chef des Admiralstabs durch Holtzendorff abgelöst.[343]

Dieser setzte darauf, dass die Medienarbeit helfen könne, die diplomatischen Folgen des U-Boot-Kriegs abzufedern. Er gab dem US-Journalisten Karl von Wiegand ein Interview. Wiegand hatte ihm versichert, ein solches könne Deutschlands Ansehen in den USA positiv beeinflussen.[344] Zugleich versuchte das Kriegsministerium, allzu jubilierende U-Boot-Artikel in der Presse zu verhindern.[345] Im Dezember 1915 wechselte dann Falkenhayn in das Lager der U-Boot-Befürworter. Der verschärfte U-Boot-Krieg sollte seine Offensive bei Verdun ergänzen und helfen, den Krieg zu beenden. Dafür, dass die USA neutral blieben, sollte die Medienarbeit sorgen.[346] Das Verhältnis zu den USA wurde zum zensurpflichtigen Thema erklärt. Nur Erörterungen, die die Beziehungen nicht belasten konnten, wurden von der Oberzensurstelle (OZ) erlaubt.[347] Im Februar wurde die Presse aufgerufen, den U-Boot-Krieg allenfalls im Kontext der britischen Handelsblockade als eine damit „untrennbar" verbundene „wirksame Waffe" und legitime Gegenmaßnahme zu erwähnen.[348] Anfang März wurde auf einem Kronrat beschlossen, dass Diplomatie und Medienarbeit die Neutralen von der Legitimität des U-Boot-Kriegs überzeugen sollten.[349] Der U-Boot-Einsatz wurde nunmehr vollends der Vorzensur unterworfen.[350] Die medialen Deeskalationsversuche waren angesichts der eigenen Kriegführung jedoch vergebens: Beim Untergang der *Sussex* am 24. März starben erneut US-Bürger, was die USA am 20. April mit der Drohung quittierten, ihre Neutralität zu beenden. Nun konnte Bethmann Hollweg durchsetzen, dass die Marine zu den international akzeptierten Regeln des

[342] AFFLERBACH, Falkenhayn, S. 377; FALKENHAYN, Heeresleitung, S. 132 f.; JANSSEN, Kanzler, S. 123 f., 155 f.; RITTER, Tragödie, S. 159 f.

[343] AFFLERBACH, Falkenhayn, S. 377; RITTER, Tragödie, S. 176–181, 196.

[344] Schriftwechsel zwischen Wiegand, Zimmermann und Holtzendorff am 14. und 15. 9. 1915, BAMA, RM 5/799, Bl. 125–134. Siehe auch, zu allgemeinen Versuchen, die Marine auch im Ausland populärer zu machen, Propagandavorschläge des Nachrichtenbüros, vermutlich Oktober 1915, BAMA, RM 3/9955, Bl. 86–94.

[345] Kriegsministerium Berlin, Telegramm 8381–15.IX, 15. 9. 1915, BayHStA, StvGenKdoIAK 1740.

[346] TIRPITZ, Ohnmachtspolitik, S. 456–459; zu den innenpolitischen Folgen siehe unten, Kapitel 5.

[347] 4019 O.Z., 21. 12. 1915, BayHStA, MKr 13871.

[348] Kriegspresseamt 5534 O.Z., 8./11. 2. 1916, BayHStA, StvGenKdoIAK 1740 und BayHStA, MKr 13873.

[349] AFFLERBACH, Falkenhayn, S. 385–389; JANSSEN, Kanzler, S. 192 f.; siehe auch Notiz, vermutlich Boy-Ed, 24. 5. 1916, BAMA, RM 5/3736, Bl. 21.

[350] Siehe Stellvertretendes Generalkommando I. A.K. an Pressepolizeibehörden, 6. 3. 1916, BayHStA, StvGenKdoIAK 1740; Kriegspresseamt 6568 O.Z., ebd.; auch BayHStA, MKr 13875; vgl. BETHMANN HOLLWEG, Betrachtungen 2, S. 120–124.

Kreuzerkriegs zurückkehrte. Da der Flottenchef Scheer diesen für zu gefährlich für die U-Boote hielt, wurde ihr Einsatz am 27. April eingestellt.[351] Der Schaden in den Beziehungen zu den Neutralen, allen voran den USA, war jedoch angerichtet, unabhängig von allen Kunstgriffen der Medienarbeit. Das Militär wies die Presse dennoch an, die Beziehungen nicht zusätzlich zu belasten.[352] Boy-Ed, der Leiter der Marine-Medienarbeit, hoffte sogar weiterhin, dass es mithilfe der Medien gelingen könne, den Einsatz der U-Boote doch noch für die Neutralen akzeptabel zu gestalten. „Diese Möglichkeit liegt m.E. betreffend den Unterseebootskrieg vor durch Verbreitung von solchen Nachrichten im Ausland, welche die Berechtigung des deutschen Standpunktes in der U-Bootskriegführung beweisen."[353]

Die deutsche Kriegführung belastete die Beziehungen zu neutralen Staaten. Da die deutsche Militärführung jedoch nicht bereit war, diese zu ändern, setzte sie auf das von den Medienspezialisten der Marine entwickelte Konzept des Medienkriegs. Ermuntert wurde sie dazu von eigenen Medienexperten und Medienvertretern wie Wiegand. Die Medienarbeit sollte die militärischen Methoden verdecken oder rechtfertigen und umdeuten. In Großbritannien wurden die deutschen Aktivitäten nicht nur bemerkt, sie galten als Argument für den Ausbau der eigenen Medienarbeit.

Deutschland macht es auch – Argumente für britische Medienarbeit für Neutrale in der ersten Kriegshälfte

Im britischen Militär gab es zunächst niemanden, der sich für die Medienarbeit für Neutrale starkgemacht hätte. Zwar war ursprünglich geplant gewesen, gemeinsam mit den eigenen auch einen US-Kriegsberichterstatter zur BEF zu schicken, doch zerschlug sich dieser Plan angesichts der von Kitchener verordneten Journalisten-Sperre.[354]

Jedoch entstand auch in Großbritannien aus der eigenen Kriegführung heraus bald das Bedürfnis, die Neutralen mithilfe der Medienarbeit zu umwerben. Vor allem sollte ihnen die Blockade der Nordsee erklärt werden.[355] Es war allerdings nicht das Militär, das aktiv wurde, sondern zivile Stellen, allen voran das Foreign Office, das hierfür sein News Department einsetzte, sowie der Chancellor of the Exchequer und spätere Premierminister Lloyd George. Letzterer begründete die Notwendigkeit einer eigenen Medienarbeit für Neutrale auch mit den deutschen Aktivitäten auf diesem Feld.[356] Ende August wurde dann Mastermans Welling-

[351] Afflerbach, Falkenhayn, S. 392–396; Janssen, Kanzler, S. 199–201; Ritter, Tragödie, S. 208–210.
[352] Kriegspresseamt 8526 O.Z., 8. 5. 1916, BayHStA, MKr 13877; Kriegspresseamt 8526 O.Z., 10. 5. 1916, ebd.
[353] Boy-Ed an den Chef des Admiralstabs, vermutlich im Juni 1916, BAMA, RM 5/3736, Bl. 28.
[354] Hiley, Control, S. 94 f.
[355] Sanders und Taylor, Propaganda, S. 124.
[356] Notiz Asquith, 31. 8. 1914, TNA, Cab 41/35/38.

ton House in Kooperation mit dem Foreign Office aktiv.[357] Noch Anfang September kam ein Neutral Press Committee hinzu, das zunächst unter dem Home Office angesiedelt war und neutrale Journalisten in Großbritannien mit erwünschten Informationen versorgte.[358] Das Press Bureau sollte diese Medienarbeit unterstützen, indem es Artikel zensierte, die die britische Kriegspolitik unterliefen.[359]

Ab Winter 1914/1915 setzten sich die zivilen Medienspezialisten gemeinsam mit Medienvertretern zunehmend dafür ein, die britische Medienarbeit für Neutrale zu intensivieren.[360] Es war eine Forderung, die sich nicht zuletzt an die Streitkräfte richtete. Ein zentrales Argument hierbei war, dass Deutschland diese Art der Medienarbeit betrieb. Seine Wochenschauen galten ebenso als vorbildlich wie die Interviews, die neutrale Korrespondenten dort mit militärischen Spitzen führen konnten.[361] Vor allem sollten (auch) neutrale Berichterstatter Zugang zur BEF erhalten. French, der an Berichterstattern in seinem Hauptquartier sehr interessiert war, zeigte sich solchen Anliegen gegenüber aufgeschlossen, als er die US-Presse in Person des Journalisten Frederick Palmers im GHQ aufnahm.[362] Ihm gab er am 23. März ein Interview in der Hoffnung auf „a good effect in counteracting German influence in the U.S."[363] Von Northcliffe ermuntert, war er zudem bereit, einen Vertreter der *United Press* aus New York zu empfangen, nachdem dieser in Deutschland bereits umworben worden war.[364] Auch für den Einsatz von Kameraleuten setzten sich Foreign Office und Wellington House ein. Sie bestärkten das War Office darin, im Juli 1915 den bereits erwähnten Kontrakt mit der britischen Filmindustrie zu schließen.[365] Dessen Medienspezialisten betonten später, dass das Militär erkannt habe, „what an important part photography and cinematography might play in [...] giving the best possible account of our efforts to neutrals and Allies."[366] Auch an der Öffnung der Royal Navy für den Film war

[357] Hiley, Control, S. 37f.; Sanders und Taylor, Propaganda, S. 40–45; siehe auch Taylor, Donald, S. 151; Uhle-Wettler, Ludendorff, S. 202.

[358] Später kamen verbündete Journalisten hinzu, Sanders und Taylor, Propaganda, S. 36f.

[359] Entsprechende Zensurziele nannte der zweite Direktor, Buckmaster, am 26. 10. 1914, Hiley, Control, S. 132; siehe auch Entschlussfassung zur Türkeiberichterstattung im Press Committee, Protokoll, 28. 10. 1914, TNA, Defe 53/1.

[360] Sanders und Taylor, Propaganda, S. 33.

[361] Taylor, Donald, S. 151; zum Film siehe Reeves, Film, S. 46; Sanders und Taylor, Propaganda, S. 105f.; Welch, Omission, S. 50–54; zu Interviews siehe Sanders und Taylor, Propaganda, S. 37.

[362] Siehe oben, Kapitel 4.2.1; auch Hamilton, der Kommandeur der Truppen bei Gallipoli, wollte Palmer bei sich haben, um Einfluss auf die USA auszuüben, siehe Hiley, Control, S. 291–296.

[363] Tagebucheintrag French, 23. 3. 1915, IWM, JDPF 1, Band J, S. 75; siehe auch French, French, S. 287f.

[364] Northcliffe an French, 20. 3. 1915, IWM, JDPF 2, Bl. 782f.; Antwort Frenchs, 25. 3. 1915, ebd., Bl. 788f.

[365] MI7 History, S. 8f.; J. Brooke Wilkinson, The War Years. Kapitel XI (Entwurf), TNA, Inf 4/2; Bir et al., Film, S. 357f.; Haste, Propaganda, S. 45; Hiley, Control, S. 302f., 397–399, 417–424; Oppelt, Film, S. 133.

[366] MI7 History, S. 8f.; Hiley, Control, S. 426.

das Wellington House beteiligt, das darauf verweisen konnte, dass Deutschland ebenfalls mit Film arbeite.[367]

Nach und nach wurde so die Medienarbeit für Neutrale im britischen Militär etabliert. Hall begann wöchentliche Gespräche mit US-Korrespondenten. Auf einer Konferenz zur Koordination der Medienarbeit, die im Januar 1916 im Home Office stattfand, wurde die Admiralty für die Verbesserungen ihrer Medienarbeit gelobt.[368] Brade schlug daraufhin vor, auch die Medienarbeit des War Office neu zu organisieren. Dort übernahm nun MI7(b) die Produktion militärischen Materials für das Ausland, das dann das Foreign Office verteilte.[369] Die deutsche Medienarbeit blieb bei alledem ein wichtiger Ansporn:[370] So hieß es in einem Memorandum des War Office vom 1. Februar, die Neuorganisation ziele darauf ab,

> to influence and inspire the foreign and neutral press with a true impression of the War, and to correct the false perspective created in the minds of neutrals by […] enemy propaganda. […] From the very beginning of the War the necessity for propaganda in neutral and occupied countries has become more and more obvious. The effect produced by enemy propaganda in neutral countries has been observed and the military importance of countering the enemies' propaganda and establishing our own has been realised.[371]

Vor dem Hintergrund der Befürchtungen über eine wirksame deutsche Medienarbeit wurde die Medienarbeit für das neutrale Ausland unter Federführung des News Department des Foreign Office ausgebaut, immer wieder angetrieben von Medienvertretern wie Northcliffe, der sich um das britische Ansehen in den USA sorgte.[372] Die Ausweitung galt für die Arbeit mit Bildern[373] ebenso wie für die mit Texten. MI7(b) engagierte zu diesem Zweck im Mai den erfahrenen Journalisten Hauptmann A. J. Dawson und ab August einige Hundert externe Schreiber, deren Artikel daheim ebenso verbreitet wurden wie weltweit, nicht zuletzt in den USA.[374] Im Sommer 1916 verbuchte das Foreign Office einen ersten großen Erfolg: Haig hatte nicht nur den beiden offiziellen Kameraleuten Aufnahmen an der Front ermöglicht (die weniger spektakulär wirkten als nachgestellte Szenen, die dann in *The Battle of the Somme* verwendet wurden), sondern auch die Lage der Kriegsberichterstatter verbessert. Als nach dem Beginn der Somme-Offensive die deutsche Perspektive in US-Zeitungen kaum noch eingenommen wurde, galt dies als ein Erfolg der verbesserten britischen Medienarbeit. Dass es eine Folge des inzwischen unterkühlten Verhältnisses zwischen Deutschland und den USA sein könnte, wurde in diesem Zusammenhang nicht erörtert.[375] Dessen ungeachtet war

[367] Siehe oben, Kapitel 4.2.2; ferner Hiley, Control, S. 400 f.; Reeves, Film, S. 53–55.
[368] Protokoll zur Konferenz im Home Office, 26. 1. 1916, TNA, Inf 4/9.
[369] Note by the General Staff on the Organization of Propaganda, 23. 12. 1916, TNA, Inf 4/9; MI7 History, S. 9 f., 18; Report on Organisation of MI7b Propaganda Section of General Staff, 1917, TNA, WO 32/9302.
[370] Vgl. Cornwall, Undermining, S. 175.
[371] Memorandum des War Office zur Propagandaorganisation, 1. 2. 1916, TNA, Inf 4/9.
[372] Hiley, Control, S. 432; Reeves, Film, S. 2–14; Sanders und Taylor, Propaganda, S. 49 f.
[373] MI7 History, S. 8 f.; Hiley, Control, S. 311–320, 329–332.
[374] MI7 History, S. 18, 20.
[375] Macdonogh an Charteris, 5. 8. 1916, TNA, WO 158/897; Charteris, GHQ, S. 158–161; Hiley, Control, S. 439–452.

dieser vergleichende Blick auf die Rezeption der Medienarbeit der Kontrahenten in den Medienprodukten eines neutralen Staates ein Zeichen dafür, dass der Medienkrieg auf dem Feld der Medienarbeit für Neutrale ernsthaft begonnen hatte.

Worte gegen Taten – U-Boot-Krieg und deutsche Medienarbeit für Neutrale in der zweiten Kriegshälfte

Im Sommer 1916 war die deutsche Militärspitze überzeugt, den ungünstig verlaufenden Konflikt als Medienkrieg führen zu müssen, gerade hinsichtlich der Neutralen. Holtzendorff brachte es gegenüber dem Chef des Marinekabinetts, Admiral Georg Alexander von Müller, auf den Punkt: „Dieser Krieg ist besonders wegen seiner langen Dauer im hohen Masse auch ein Krieg zwischen den öffentlichen Meinungen der kriegführenden und neutralen Länder, die Presse und ihre Stimmungmache spielt daher eine ganz erhebliche Rolle.“[376] Vor diesem Hintergrund wurde am 1. Juli die Militärische Stelle des Auswärtigen Amtes (MAA) gegründet. Sie wurde unter Haeftens Leitung direkt der OHL unterstellt.[377] Boy-Ed begrüßte die Zentralisierung der Medienarbeit für Neutrale nicht zuletzt, da er die britische Medienarbeit für zentral gesteuert und sehr effektiv hielt.[378] Deutschland sollte den ‚Kampagnen‘, in denen seine Kriegführung als die der ‚Hunnen‘ diffamiert werde, mit eigenen medialen Offensiven begegnen. So schlug er vor, Munitionslieferungen der USA an die Gegner Deutschlands für Kampagnen in den USA und bei anderen Neutralen nutzen.[379] Bild und Film sollten hierbei eine wichtige Rolle spielen. Auch das Auswärtige Amt verwies auf ihren Nutzen. Es hatte im Juli erfahren, dass Österreich-Ungarn mit Filmen die Stimmung im Osmanischen Reich beeinflusst habe. Da die deutsche Filmwirtschaft schon vor dem Krieg ihre entsprechenden Fähigkeiten angepriesen und diese Eigenwerbung im April 1916 wiederholt hatte, beraumte das Amt am 29. Juli eine Besprechung mit den Streitkräften an. Letztere pflichteten dem Amt bei – nicht zuletzt wegen des britischen und französischen Vorbilds. Auf Wunsch der ZfA ließ Falkenhayn nun die Zensur für Bilder und Filme lockern. Bei der MAA entstand die Militärische Film- und Photostelle, aus der schließlich BuFA und Ufa entwickelt wurden. Auch das preußische Kriegsministerium trat für den Einsatz von Bildmedien ein.[380]

[376] Holtzendorff an Müller, 8. 7. 1916, BAMA, RM 2/1983.

[377] Oppelt, Film, S. 110f., 117; Stegmann, Inlandspropaganda, S. 78; Vogel, Organisation, S. 29f.; Dienstanweisung für Leiter militärische Abteilung der Zentralstelle beim Auswärtigen Amt, 14. 7. 1916, BAMA, RM 5/3736, Bl. 95f.; Boy-Ed an Falkenhayn, 22. 7. 1916, ebd., Bl. 97.

[378] Schreiben Zimmermanns an Boy-Ed, 8. 7. 1916, BAMA, RM 5/3736, Bl. 92; Notizen Boy-Eds für Sitzung im Kriegspresseamt, 10. 7. 1916, ebd., Bl. 94; Boy-Ed an Chef des Admiralstabs, 20. 7. 1916, ebd., Bl. 93.

[379] Boy-Ed, Notizen für Sitzung im Kriegspresseamt, 10. 7. 1916, BAMA, RM 5/3736, Bl, 94; siehe auch BAMA, RM 5/3804, Bl. 98f.; Boy-Ed an Chef des Admiralstabs, 20. 7. 1916, BAMA, RM 5/3736, Bl. 93.

[380] Protokoll der Besprechung zur Filmpropaganda im Auswärtigen Amt, 29. 7. 1916, BAMA, RM 3/9901; Kriegsministerium Berlin 2942/16. geh. A3, 18. 8. 1916, HSAS, M 1/4 Bü 1573; Barkhausen, Filmpropaganda, S. 16, 37, 69–77; Creutz, Pressepolitik, S. 162, 166–169; Oppelt, Film, S. 120; Welch, Omission, S. 48f.

Wandel begründete die neue Aufmerksamkeit gegenüber dem Reichskanzler damit, dass so der Medienarbeit begegnet werden solle, die die Gegner seit Kriegsbeginn betrieben. Man müsse sich dagegen wehren und das eigene Ansehen im Ausland heben. Dies bezog sich vor allem auf den Balkan – und auch über den Krieg hinaus, um Absatzmärkte zu erschließen.[381]

Mit dieser Lesart überschritten die für den Medienkrieg Verantwortlichen die zeitlichen Grenzen des Krieges. Für die Entwicklung der militärischen Medienarbeit innerhalb des gesamten Untersuchungszeitraums war dies ein wichtiger Schritt – auch wenn er für die Zeitgenossen keinesfalls einschneidend wirkte. Von Kriegsbeginn an war der Medienkrieg von der Marine räumlich auch außerhalb der kriegführenden Parteien geführt worden. Indem nun aber auch die zeitlichen Grenzen für den Medienkrieg in Frage gestellt wurden, war er von einer Begründung der Medienspezialisten der deutschen Marine, auch im Krieg finanziert zu werden, zu einem Weg geworden, dem das Militär auch im Frieden folgen wollte, wenn ihm anderweitig die Hände gebunden waren. „Weltpropaganda wird eines der wichtigsten Mittel sein, uns dem Platze an der Sonne näher zu bringen und dem deutschen Vaterlande den früheren Reichtum, die Weltabsatzmärkte, günstigen Koalitionen, Ansehen im Auslande in kurzer Zeit zu schaffen.“[382] Doch auch wenn diese Verschiebung im Rahmen der weiteren diachronen Analyse nicht zu vernachlässigen ist – Wandel ging hierauf nicht weiter ein.

Der Medienkrieg um die Neutralen wurde allerdings auch ohne ein tiefer gehendes theoretisches Konzept weiter ausgebaut, schlicht deswegen, weil die Gegner ebenfalls aktiv waren. Daher galt auch die Geschwindigkeit der eigenen Meldungen als besonders wichtig: Die eigene Perspektive sollte vor der gegnerischen die Medien erreichen.[383] Der Heeresbericht wurde zu diesem Zweck schneller ausgegeben.[384] Die Medienspezialisten der Marine konnten ihre langjährigen Erfahrungen einbringen. Sie betonten, dass es wichtig sei, als Urheber von Kampagnen im Hintergrund zu bleiben, dass man seine Arbeit auf lokale Zielgruppen abstimmen und die moderne Funktechnologie nutzen müsse.[385] Die Medienvertreter begrüßten die neuen Aktivitäten des Militärs, konnten sie sich doch nun, auch vor dem Hintergrund des Hilfsdienstgesetzes, mit ihrer Expertise an den Kriegsanstrengungen beteiligen. Zudem ließ sich die Wertschätzung der Medienarbeit durch das Militär als Argument gegen zu strenge Zensurregeln nutzen.[386]

381 Kriegsministerium Berlin 2847/16 geh. A 3II, 25. 8. 1916, BAMA, RM 3/9901, Bl. 255–257; Oppelt, Film, S. 105; Vogel, Organisation, S. 31. Zur Präsenz dieser Ziele bei der BuFA-Gründung siehe Anhänge zu Kriegsministerium Nr. 889/17.geh.A.3, 22. 3. 1917, HSAS, E 40/72 Bü 554; Creutz, Pressepolitik, S. 169. Zum Konstrukt einer medialen ‚Einkreisung‘ schon vor dem Krieg Knesebeck, Wahrheit, S. 15–37.

382 Richtlinien für deutsche Weltpropaganda, 3. 10. 1916, BAMA, RM 5/3790, Bl. 275–318, hier S. 6.

383 Siehe z. B. Generalquartiermeister Nr. 26940, 12. 9. 1916, GLAK, 456 F 1/412.

384 Abschrift eines Schreibens der OHL, 20. 10. 1916, BAMA, RM 5/3736, Bl. 260.

385 Richtlinien für deutsche Weltpropaganda, 3. 10. 1916, BAMA, RM 5/3790, Bl. 275–318.

386 Siehe z. B. Schreiben Ullsteins vom 28. 10. 1916, BayHStA, MKr 13884.

Ein weiterer Grund für den fortgesetzten Ausbau der Medienarbeit für Neutrale war der U-Boot-Krieg. Einmal mehr sollte dieser den Sieg ermöglichen und wurde am 1. Februar 1917 wieder aufgenommen, auch auf die Gefahr hin, die USA in den Krieg zu ziehen.[387] Um diese Gefahr abzumildern, wurden erneut Medienstrategien bemüht.[388] So wurden Äußerungen zum U-Boot-Einsatz weiterhin streng kontrolliert,[389] während das KPrA der Presse vertraulich erklärte: „Für beginnenden Endkampf ist völlige innere Einheit erforderlich. Geschlossene Zustimmung des ganzen Volkes muß aus der Presse herausklingen."[390] Nur so könne verhindert werden, dass der U-Boot-Krieg, den man als ‚uneingeschränkt', nicht jedoch als ‚rücksichtslos' bezeichnet wissen wollte, als Verzweiflungsakt verstanden werde. Dies wiederum sei elementar, um zu verhindern, dass Neutrale in den Krieg gegen Deutschland einträten. Im Falle der USA sei dies sowieso wahrscheinlich; die Presse aber sollte diese Gefahr nicht vergrößern und sich daher freundlich gegenüber der größten neutralen Macht verhalten. Aber auch Medienstrategien konnten die „unwavering stupidity of Imperial German statesmanship"[391] nicht ausgleichen: Am 6. April traten die USA in den Krieg ein.[392]

Der Versuch des deutschen Militärs, über Medienarbeit die eigene Sache zu einer respektablen zu erklären und die eigene Kriegführung in den Augen der Neutralen zu legitimieren, war gescheitert[393] – außer für sie selbst. Sie gaben die Idee, mit der Medienarbeit das Ausland beeinflussen zu können, nicht auf. Falkenhayn behauptete später gar, die USA seien nicht wegen des deutschen U-Boot-Krieges, sondern wegen der besseren britischen Medienarbeit in den Krieg gegen Deutschland eingetreten.[394] Wie die nach innen gerichtete Medienarbeit bot im Nachhinein auch diejenige, die auf Neutrale abzielte, einen Weg aus der eigenen Verantwortung.

Die USA gewinnen und gewogen halten – Britische Medienarbeit für Neutrale in der zweiten Kriegshälfte

Das britische Militär hielt im September 1916 in einem Memorandum fest, dass das deutsche Militär die Medienarbeit als „fourth weapon" verwende.[395] Medien-

[387] BETHMANN HOLLWEG, Betrachtungen 2, S. 129–138; PYTA, Hindenburg, S. 240–245; UHLE-WETTLER, Ludendorff, S. 245–255; siehe auch Notizen zur Besprechung im Reichsamt des Innern, 26. 12. 1916, BAMA, RM 5/3754.

[388] Zur Rolle der deutschen Friedensofferte Ende 1916 beispielsweise GUTSCHE, Aufstieg, S. 200.

[389] Armee-Abteilung Nr. 9534, 26. 1. 1917, an Correspondenz Hoffmann und Herold Bureau, BayHStA, StvGenKdoIAK 1740; auch in BayHStA, MKr 14028.

[390] Kriegspresseamt 59994, 1. 2. 1917, HSAS, E 40/72 Bü 554; auch in BayHStA, StvGenKdoIAK 1740; ROHWER, U-Boot-Krieg, S. 933.

[391] DAVID LLOYD GEORGE, War Memoirs (Bd. 3), London 1934, S. 1672.

[392] Im Dezember 1917 bemühte sich die Marine, zu belegen, dass dies keine Folge des U-Boot-Kriegs gewesen sei, Umlauf bei P/N, 5. 12. 1917, BAMA, RM 5/3738, Bl. 277.

[393] Siehe auch BREMM, Staatszeitung, *passim.*

[394] FALKENHAYN, Heeresleitung, S. 61; Boy-Ed stieß ins gleiche Horn, BOY-ED, Amerika, S. 38 f.

[395] Memorandum on the German System of Press Control and Propaganda, MI7(b), September 1916, TNA, WO 106/6397, S. 4.

arbeit, so hieß es im War Office auch im Folgejahr, sei eine Maßnahme, „[which] unlike other warlike activities, […] can be pursued – and in the case of the Germans is pursued – in times of peace.“[396] Deutschland versuche, so die Medienexperten des MI7, die Neutralen für sich zu gewinnen, und habe einige Erfolge vorzuweisen. Es sei Deutschland beispielsweise gelungen, sich als Vorkämpfer kleiner Nationen zu inszenieren. Die größte Gefahr jedoch drohe für die Nachkriegszeit:

The elaborate organizations working abroad intend to reap their harvest after the war, when struggles for trade expansion and political influence have supplanted the struggles now being fought out on the field of battle. It is for this end that the Transocean [eine deutsche Nachrichtenagentur, CG] is carefully reporting on the neutral Press and the opportunities for influencing it, and for this end that the societies for propagating German culture have been founded.[397]

Damit war die in den deutschen Streitkräften aufgekommene Vorstellung, sich mittels des Medienkriegs Vorteile im Frieden verschaffen zu können, treffend beschrieben worden. Für die britischen Streitkräfte war diese Diagnose ein Grund, den Ausbau der eigenen Medienarbeit weiter voranzutreiben und Deutschland im Medienkrieg um die Unterstützung durch die Neutralen entgegenzutreten.

Ab Oktober gab der Director of Military Operations (DMO), Generalmajor Maurice, wöchentliche Konferenzen speziell für US-amerikanische Korrespondenten.[398] Northcliffe betonte die Bedeutung der neutralen Industrienation und sprach sich bei einem Besuch bei der BEF im November dafür aus, mehr Journalisten aus den USA zuzulassen.[399] Auch Haig engagierte sich in diesem Sinne; sein Fortschrittsbericht am Jahresende wurde in zahlreiche Sprachen übersetzt und international verbreitet.[400] Die Streitkräfte, zuvor durch zivile Medienspezialisten getrieben, wurden nun selbst zu den treibenden Kräften hinter der Medienarbeit für Neutrale. Der Generalstab erklärte im Dezember 1916, dass die zivilen Stellen aktiver werden sollten. Er verwies auf einen Vorschlag Brades bei der Konferenz im Home Office im Januar und forderte eine Zentralstelle, um die britische Medienarbeit zu koordinieren. Lloyd George, seit Anfang Dezember Premierminister, hatte hierfür bereits erste Schritte unternommen. Schon am 9. Dezember hatte das Kabinett Robert Donald, den Herausgeber des *Daily Chronicle*, mit einer Studie der britischen Propagandaorganisation beauftragt, die einen Monat später vorlag. Seinen Forderungen entsprechend schuf das Kabinett das Department of Information (DoI) als Zentralstelle, die nach Donalds Vorstellungen vor allem

[396] Report on organisation of MI7b propaganda section of General Staff, vermutlich Ende 1917, TNA, WO 32/9302; die Aussage beinhaltet mit dem Verweis auf die deutsche Medienarbeit vor dem Krieg ein Beispiel für die Behauptung, der jeweilige Gegner habe mit der Medienarbeit angefangen, siehe oben, Kapitel 2.

[397] Memorandum on the German System of Press Control and Propaganda, MI7(b), September 1916, TNA, WO 106/6397, S. 7–14, 32–39, Zitat S. 39.

[398] MI7 History, S. 18, 25; Altenhöner, Kommunikation, S. 70f.

[399] Haig Diaries, 26. 11. 1916, LHCMA, MF 859; siehe auch Blake, Papers, S. 182.

[400] GHQ an Macdonogh, 29. 12. 1916, TNA, WO 158/897; Macdonogh an Charteris, 31. 12. 1916, TNA, WO 158/897; MI7 History, S. 19;

Neutrale für die eigene Seite gewinnen sollte.[401] Die Streitkräfte begrüßten das DoI, das mit seinem Leiter John Buchan offiziell dem War Cabinet, tatsächlich aber dem Einfluss des Foreign Office unterstand.[402] Auch das Militär baute seine Medienarbeit für Neutrale aus: Maurice und Hall öffneten ihre wöchentlichen Konferenzen nach dem Kriegseintritt der USA für andere neutrale Journalisten. MI7 produzierte dreimal wöchentlich Artikel, die auch über Funk verbreitet wurden. Dass sie in verschiedenen neutralen Zeitungen abgedruckt wurden, galt als Beweis für ihren Erfolg und als Grund dafür, ihre Taktfrequenz auf bis zu drei Artikel pro Tag zu erhöhen.[403]

Trotz ihres Kriegseintritts blieben auch die USA ein wichtiges Ziel der militärischen Medienarbeit. Angesichts der zahlreichen amerikanischen Soldaten, die nach Europa geschickt wurden, sollte vermittelt werden, dass auch Großbritannien seine Soldaten nicht schone.[404] Dies galt gerade während der deutschen Frühjahrsoffensive 1918, bei der die BEF schwere Verluste erlitt.[405] Dieses Umwerben der USA als verbündeter Nation sollte später, im Zweiten Weltkrieg und im Kalten Krieg, eine noch weitaus größere Rolle spielen als 1917/1918.[406] Bereits hier zeigt es jedoch, dass Medienarbeit inzwischen als integraler Bestandteil des Krieges wahrgenommen wurde. Medienvertreter, die Medienspezialisten der zivilen Regierung und des Militärs, hatten zu diesem Wahrnehmungswandel beigetragen und Deutschland mit seiner Medienarbeit als argumentatives Vorbild gedient. In einem in der britischen politischen wie militärischen Spitze vielbeachteten Memorandum, das der neue CIGS Wilson am 1. Mai 1918 erhielt, hieß es:

> The Germans have long since discovered the value of propaganda, – they were adepts at it prior to the war – whereas England has only recently appointed Ministers for the purpose, the appointments being greeted by one newspaper with the remark ‚What need is there of propaganda; victory is the only propaganda necessary.‘ It may be through the vigorous and well directed use of propaganda that victory will be achieved.[407]

Die hier ausgedrückte Annahme, die mediale Auseinandersetzung könne zur entscheidenden Konfliktebene werden, klang am Ende des Ersten Weltkriegs in beiden Streitkräftespitzen an. Es war im Vergleich zu den Jahren zuvor ein deutlicher Wandel in der Wahrnehmung der Medien und ihrer Möglichkeiten. Diese Veränderung stand auch hinter dem Medienkrieg, der direkt gegen die Gegner gewendet wurde.

[401] Note by the General Staff on the Organization of Propaganda, 23. 12. 1916, TNA, Inf 4/9; Report on Propaganda Arrangements von Robert Donald, 9. 1. 1917, TNA, Inf 4/9; Reeves, Film, S. 16, 20 f.; Sanders und Taylor, Propaganda, S. 54–60, 138 f., 153.

[402] Memorandum Greene, 22. 4. 1917, TNA, Adm 1/8462/170; Reeves, Film, S. 24 f.; siehe auch The Organisation and Functions of the Ministry of Information, Beaverbrook, September 1918, TNA, Inf 4/9, S. 3; Haste, Propaganda, S. 40; Sanders und Taylor, Propaganda, S. 61 f.

[403] MI7 History, S. 25; Altenhöner, Kommunikation, S. 70 f.

[404] Macdonogh an Charteris, 5. 9. 1917, TNA, WO 158/898.

[405] Lytton, Press, S. 151 f.

[406] Siehe unten, Kapitel 7 und 8.

[407] Notes on Propaganda in Time of War, Oberstleutnant Stanhope, 28. 4. 1918, TNA, Air 1/2296/209/77/20.

4.5 Wörter wider den ‚eisernen Vorhang' – Der Medienkrieg gegen die Gegner als Alternative zu starren Fronten

Als die Medienspezialisten der deutschen Marine die Idee des Medienkriegs entwickelten, hatten sie ihre Arbeit aus Friedenszeiten in den Krieg weitergedacht. Den direkten Einsatz ihrer Techniken gegen die Gegner erprobten sie jedoch zunächst kaum. Dies änderte sich im Kriegsverlauf, als die Medienarbeit immer wichtiger und präsenter wurde. Die Einflussnahme auf den Kriegsgegner, der Schlussstein im Konzept des Medienkriegs, teilt sich dabei in zwei wesentliche Sparten. Deren erste ist die ‚Frontpropaganda‘, also der Einsatz vor allem vom Militär selbst produzierter Medienprodukte wie Flugblätter gegen die gegnerischen Soldaten, die im engeren Sinne nicht zu den hier untersuchten Medienbeziehungen gehört. Da sie klar veranschaulicht, welche Medienwirkungsvorstellungen in den Streitkräften verbreitet waren, wird sie hier dennoch kurz beleuchtet. Hinzu kam zweitens die Arbeit mit den Massenmedien, die im Zentrum dieser Untersuchung steht. Diese Medienstrategien zur Einflussnahme, die über die Frontsoldaten hinaus auf die gegnerische Führung und Bevölkerung – oder gegen die gegnerische Medienarbeit – gerichtet waren, werden im zweiten und dritten Abschnitt dieses Unterkapitels analysiert.

Über die Fronten – Flugblattabwurf und Medienwirkungsglauben

Auch nachdem die anfänglichen Überlegungen der deutschen Marine-Medienexperten fallen gelassen worden waren, mithilfe der Medien direkt gegen die Gegner vorzugehen, blieb die grundlegende Vorstellung lebendig, über Medien entsprechenden Einfluss ausüben zu können. Auf diese Annahme stützten sich sowohl Deutschland als auch Großbritannien, als mit der ersten Flandernschlacht ab dem 20. Oktober 1914 der Bewegungs- zum Stellungskrieg wurde. Der ‚Wettlauf zum Meer‘ endete in einer neuen europäischen Grenze, einem „eisernen Vorhang“ aus Soldaten in Schützengräben.[408] Bei Beginn der Flandernschlacht ordnete Falkenhayn an, Flugblätter über die Front zu befördern, in denen französischen Soldaten die ‚Wahrheit‘ über den Krieg verkündet werden sollte, die ihre Regierung ihnen vorenthalte.[409] Auf der britischen Seite wollte man ähnlich vorgehen. So ließ der ‚Augenzeuge‘ Swinton, folgt man seiner eigenen Aussage, im Pariser Büro der *Daily Mail* mit Northcliffes Unterstützung erste Flugblätter anfertigen. Sie sollten

[408] Zum Begriff: NICOLAI, Nachrichtendienst, S. 5; für die Entwicklung an der Westfront JOHN M. BOURNE, Westfront, in: Gerhard Hirschfeld, Gerd Krumeich und Irina Renz (Hrsg.), Enzyklopädie Erster Weltkrieg, Paderborn 2003, S. 960–967; siehe auch MARKUS PÖHLMANN, Wettlauf zum Meer, in: ebd., S. 967.

[409] Chef des Generalstabes des Feldheeres, 20. 10. 1914, GLAK, 456 F 1/659. Neu war der Flugblatteinsatz zu diesem Zeitpunkt nicht mehr, siehe COCKERILL, Fools, S. 63; MESSINGER, Propaganda, S. 103.

die deutschen Soldaten davon überzeugen, dass sie keinen Verteidigungskrieg führten, und so ihren Kampfwillen untergraben.[410]

Die Praxis, Flugblätter und speziell angefertigte Zeitungen wie die deutsche *Gazette des Ardennes*, über die Fronten zu werfen, wurde den gesamten Krieg über beibehalten und intensiviert.[411] In Großbritannien wurde hierfür der im April 1915 zum Brigadegeneral beförderte Cockerill zuständig, dessen Sektion zum Directorate of Special Intelligence aufgewertet wurde.[412] Großbritannien allein warf im Kriegsverlauf etwa 22 Millionen Flugblätter ab, die große Mehrheit davon 1918. Die Kosten dafür sollen geringer gewesen sein als die Prämien, die das deutsche Militär für aufgefundene und abgelieferte Flugblätter zahlte.[413] So beeindruckend derlei Zahlen auch sind, als militäreigene Medienprodukte sind die Flugblätter nicht Teil dieser Analyse der militärischen Medienbeziehungen. Zwei Aspekte verdienen dennoch eine Erwähnung: Erstens begann der Flugblattabwurf in einer Krise, in der die bisherigen militärischen Vorgehensweisen sichtbar gescheitert waren. Zweitens wurde er über den Krieg hinweg ausgebaut.[414] Der Flugblatteinsatz zeigt die grundsätzliche Bereitschaft der Streitkräftespitzen, den Einsatz von Medienprodukten als eine mögliche, wirksame ‚Waffe' zu nutzen. Eine Wirkung konnte gerade im Falle der Flugblätter – anders als bei Zeitungsmeldungen oder Rundfunksendungen[415] – sehr einfach ‚bewiesen' werden: Durch Überläufer nämlich, die bei Befragungen angaben, aufgrund eines Flugblattes übergelaufen zu sein, oder die als Passierschein gestaltete Flugblätter mit sich brachten. In Großbritannien wurden im Januar 1917 erhöhte Überläuferzahlen dem Flugblattabwurf zugute geschrieben, da man keine anderen Gründe erkennen konnte.[416] Auch Maßnahmen, die der jeweilige Gegner gegen die Flugblätter ergriff, galten als

[410] Interview mit Swinton, 10. 5. 1920, TNA, Air 1/723/68/4; vgl. CAMPBELL ARTHUR STUART, Secrets of Crewe House. The Story of a Famous Campaign, London 1921, S. 28–49. Dass die deutschen Soldaten davon überzeugt gewesen seien, schloss man aus Gefangenenbefragungen, siehe CHARTERIS, GHQ, S. 44. Offizielle Flugblätter folgten im Dezember, siehe MATHIAS GERING, Kriegsflugblätter als Propagandamedium, in: Raoul Zühlke (Hrsg.), Bildpropaganda im Ersten Weltkrieg, Hamburg, 2000, S. 213–238, hier S. 214.

[411] Keitel notierte im Dezember 1914 in einem Brief an seine Schwiegereltern, dass den französischen Soldaten Zeitungen über die Front geworfen würden, WILHELM KEITEL, Mein Leben. Pflichterfüllung bis zum Untergang. Hitlers Generalfeldmarschall und Chef des Oberkommandos der Wehrmacht in Selbstzeugnissen, hrsg. v. Werner Maser, Berlin 1998, S. 140.

[412] COCKERILL, Fools, S. 40.

[413] GERING, Kriegsflugblätter, S. 222, 233. Schon für das Frühjahr 1915 beschreibt Taylor einen „paper war", TAYLOR, Munitions, S. 188.

[414] Freilich nicht stetig. So wurde der Abwurf aus Flugzeugen zwischenzeitlich eingeschränkt, nachdem zuerst Russland und dann Deutschland erklärt hatten, entsprechende Piloten als Spione zu behandeln, NEWCOURT-NOWODWORSKI, Propaganda, S. 14 f.; ferner COCKERILL, Fools, S. 61–78.

[415] Auch im Ersten Weltkrieg wurden bereits Aufsätze über Funk verbreitet, siehe Kriegsministerium 1146/10.15. Z1, 2. 11. 1915, HSAS, M 1/4 Bü 1573.

[416] GHQ an Macdonogh, 3. 1. 1917, TNA, WO 158/897; siehe auch The Organisation of the Services of Military Secrecy, Secruity and Publicity. Prepared by the General Staff, War Office, Oktober 1917, TNA, Inf 4/9; für Deutschland z. B. Schreiben Ludendorffs, 28. 8. 1918, GLAK, 456 F3/546; zu Gefangenenverhören siehe z. B. GLAK, 456 F8/62; BAMA, PH 3/559. Kritik an dieser ‚Beweisführung' äußert beispielsweise TAYLOR, Munitions, S. 192.

Wirkungsbeweis.[417] Die fortlaufend praktizierte Frontpropaganda mit ihrer ‚erwiesenen‘ Wirkung leistete so einen nicht zu unterschätzenden Beitrag zur Bestärkung der Wirkungsannahmen der Streitkräftespitzen.

Jahre der Defensive – Der Medienkrieg gegen die Gegner in der ersten Kriegshälfte

In Deutschland war die Hoffnung, über Medienarbeit auch das gegnerische Ausland beeinflussen zu können, seit Kriegsbeginn latent vorhanden. Im Frühjahr 1915 zeigte sie sich in der bereits angesprochenen Anweisung zum Umgang mit neutralen Kriegsberichterstattern. Über diese, so hieß es, könne man auch die gegnerischen Länder erreichen. Die Berichte würden „dort eine Wirkung ausueben koennen, die uns den Weg zum Siege ebnen hilft.“[418]

Die Kehrseite dieser Hoffnung war die Befürchtung, dass die Gegner ihrerseits versuchen könnten, über die Medien die deutsche Bevölkerung zu beeinflussen. Diese Angst sollte unter keinen Umständen gezeigt werden. So rief Moltke die Zensurstellen dazu auf, deutschlandkritische ausländische Zeitungen nicht zu verbieten, da dies von den Gegnern „nicht mit Unrecht“ als Zeichen der Schwäche ausgelegt werden könnte.[419] Auch der spätere Nachfolger Ludendorffs Wilhelm Groener war sich bereits der Bedeutung der medialen Ebene der Auseinandersetzung bewusst. Im März schrieb er seiner Frau: „Heutzutage muß mit allem Krieg geführt werden, mit der Presse nicht zum mindesten. Das verstehen die Franzosen und Engländer besser als wir. Auf ein Schock Lügen kommt’s nicht an.“[420] Auf der praktischen Seite ordnete Falkenhayn im Oktober 1915 an, Befehle zum Einsatz von Gas nicht mehr in die vorderen Frontbereiche mitzunehmen, da sie dort erbeutet und an die gegnerischen Medien gegeben werden könnten.[421] Maßnahmen wie diese waren weitgehend passiv; als aktiv wurde im frühen Medienkrieg nur der Gegner wahrgenommen. Daher rief Deutelmoser im November die Presse auf, gegnerische Berichte und insbesondere Überschriften nicht unkritisch zu übernehmen.[422] Diese waren allerdings keine Produkte einer auf Deutschland zielenden Medienstrategie des britischen Militärs. Obwohl Mastermans Komitee bereits seit Kriegsbeginn Medienarbeit für das Ausland betrieb, waren die Streitkräfte in Großbritannien wenig aktiv. Auch die bereits angeführte Forderung Cockerills vom November 1914, den Medienkrieg ernster zu nehmen, und die Reformbemühungen im Januar 1915 hatten außer-

[417] Siehe Chef des Generalstabes des Feldheeres, IIIb West, Gazette des Ardennes, Briefbuch Nr. 885, 6. 10. 1917, BAMA, PH 3/603; Cockerill, Fools, S. 66.

[418] Richtlinien zum Umgang mit ausländischen Kriegsberichterstattern, IIIb 2918, 21. 3. 1915, GLAK, 456 F6/225.

[419] Chef stv. GSdA 4800 Pr., 15. 3. 1915, im Anhang von Kriegsministerium 3028/16.Z1d., 10. 5. 1916, BayHStA, MKr 13877.

[420] Groener an seine Frau, 25. 3. 1915, wiedergegeben in Groener, Lebenserinnerungen, S. 533 f.

[421] 16176 op., 15. 10. 1915, GLAK, 456 F1/366.

[422] 3131 O.Z., 23. 11. 1915, erneut als 8990 O.Z., 19. 5. 1916, BayHStA, MKr 13878; auch: HSAS, M 1/4 Bü 1573.

halb des Bereichs der Frontpropaganda zunächst kaum Folgen für den Medienkrieg gegen die Gegner.[423]

Auch die deutsche Heeresspitze blieb mit ihren Forderungen zunächst äußerst vage. Wandel forderte im Frühjahr 1916 zwar, den „Groll über die Nöte und Lasten des Krieges […] von den Verhältnissen im Innern ab und gegen England und seine Verbündeten" zu lenken.[424] Konkrete Strategien für den Medienkrieg gegen Großbritannien lassen sich hier jedoch noch nicht erkennen. Falkenhayn äußerte sich ähnlich unklar, als er im Mai forderte, dass der Kampfgeist der deutschen Bevölkerung sichtbar werden müsse.[425] Es waren die Marine-Medienspezialisten, die der aktiveren Medienarbeit gegen den Gegner zuerst eine konkrete Form gaben. Nicht nur hatten sie dies schon zu Kriegsbeginn versucht; seit Tirpitz' Ruhestand im März 1916 waren sie zudem über den Admiralstab eng mit der operativen Kriegführung verbunden. Dementsprechend formulierte Boy-Ed das Ziel, „die Seekriegführung, wenn immer es durch die Presse möglich ist, zu unterstützen."[426] Eine Gelegenheit hierzu ergab sich Ende Juni durch die Seeschlacht vor dem Skagerrak, das größte Aufeinandertreffen der britischen und deutschen Schlachtflotten. Um sie entspann sich anschließend eine direkte Auseinandersetzung der britischen und deutschen Medienspezialisten. Angesichts des umstrittenen Ergebnisses der Schlacht produzierte das Nachrichtenbüro der deutschen Marine eine Broschüre und zahlreiche Artikel, versorgte Korrespondenten mit Informationen und setzte sich für die internationale Verbreitung einer Sondernummer der *Leipziger Illustrierten Zeitung* ein. Gerade an einem Abdruck der Silhouetten der versenkten Schiffe war ihm gelegen, da die *London Illustrated News* bereits eine entsprechende Aufstellung aus britischer Sicht veröffentlicht hatte.[427] Auch in der britischen Admiralty wurde die Medienberichterstattung über das Seegefecht als ein Wettstreit um die internationale Medienöffentlichkeit aufgefasst. Brownrigg erinnerte sich nach dem Krieg, dass es Deutschland gelungen war, über Funk schnell eine umfassende Darstellung zu verbreiten, was Großbritanniens Ansehen gerade in den USA geschadet habe. Es sei dann allerdings gelungen, diesen Eindruck ins Gegenteil zu verkehren, da man gezielt die Zensur reduziert habe, um so Eigeninitiativen der Medien zuzulassen. Darunter fielen auch kritische Auseinandersetzungen mit dem Abschneiden der eigenen Flotte. Ergänzend habe die Marine umfangreiches Material produzieren und mit Hilfe des Foreign Office verteilen können, wozu Artikel Rudyard Kiplings und ein umfassender und mit

[423] Siehe oben, sowie MI7 History, S. 8 f.; CORNWALL, Undermining, S. 175; SANDERS und TAYLOR, Propaganda, S. 45; STUART, Secrets, S. 51–54.

[424] Kriegsministerium 762/16 g. A1, 3. 3. 1916, am 22. 3. vom Reichskanzler an das Badische Staatsministerium weitergeleitet, Abschrift I M 829, GLAK, 233/39399; siehe auch STEGMANN, Inlandspropaganda, S. 78 f.; die Marine-Medienexperten teilten diese Ansicht, siehe Besprechung beim Reichskanzler zur Volksstimmung am 30. 8. 1916, undatierte Notizen, vermutlich Boy-Ed, BAMA, RM 5/3740, Bl. 172–174; VOGEL, Organisation, S. 39.

[425] NICOLAI, Nachrichtendienst, S. 114.

[426] Boy-Ed an Holtzendorff, vermutlich im Juni 1916, BAMA, RM 5/3736, Bl. 28.

[427] Boy-Ed an Holtzendorff, 28. 6. 1916, BAMA, RM 5/3740, Bl. 229 f.

einer Karte versehener Bericht Jellicoes zählten.[428] Die Skagerrakschlacht wurde damit im Nachhinein zu einem transnationalen Medienereignis,[429] einem medialen Gefecht um die Deutungshoheit über das Seegefecht, das selbst ‚außer Sicht‘ der Bevölkerungen stattgefunden und die strategische Lage im Seekrieg nicht nennenswert verändert hatte. Diese Auseinandersetzung war zwar nicht dafür verantwortlich, dass von Mitte 1916 an auch die Streitkräftespitzen die mediale Seite der Kriegführung verstärkt beachteten. Sie markiert aber den Durchbruch des Denkens in Kategorien des Medienkriegs. Entsprechende Forderungen waren schon zuvor erhoben worden. Angesichts großer Schlachten zur See und zu Land, die nach wie vor keine Entscheidungen brachten, gewann der Medienkrieg nun aber immer mehr Befürworter – vor allem da, wo er sich mit der operativen Kriegführung verbinden ließ.

In Großbritannien betrieb ihn Haig im Rahmen der Somme-Offensive, deren erster Tag die schwersten Verluste der britischen Militärgeschichte mit sich brachte. Artikel, die Großbritannien erfolgreich darstellten, konnten seiner Ansicht nach in Deutschland nur im eigenen Sinne wirken.[430] Charteris notierte am 19. September, die eigene Medienarbeit für Deutschland müsse besser koordiniert werden. Es sei nötig „to seek to defeat the German censorship; that is, to tell the Germans precisely that which their censor is trying to prevent them from knowing.“[431] Auf Anregung des GHQ produzierte das Wellington House zudem im November ein illustriertes Magazin mit einem Vorwort Haigs, um die Mittelmächte zu beeinflussen.[432] In Deutschland wiederum betonte Boy-Ed, dass die laufenden Bemühungen um die Neutralen als mediale Auseinandersetzung mit Großbritannien verstanden werden müssten – und man von den britischen Erfolgen lernen müsse.[433] Als er die zunehmende Bedeutung des Medienkrieges damit erklärte, der Krieg sei durch seine Länge „mehr und mehr ein solcher der öffentlichen Meinungen geworden“,[434] sagte er damit recht offen, dass der Anreiz, den Medienkriegs zu betreiben angesichts der wenigen verwertbaren Ergebnisse der großen Schlachten stieg. Gerade das Heer musste seiner Ansicht nach noch aktiver werden, sollte sich um die „öffentlichen Meinungen“ bemühen und von den

[428] Memorandum, Chief Censor, 2. 7. 1916, TNA, Adm 1/8462/170; Brownrigg, Indiscretions, S. 62–73; vgl. Admiralty-Memorandum, 27. 7. 1916, TNA, Adm 1/8462/170; Jellicoe, Erinnerungen, S. 259 f.

[429] Siehe z. B. Friedrich Lenger, Einleitung. Medienereignisse der Moderne, in: ders. und Ansgar Nünning (Hrsg.), Medienereignisse der Moderne, Darmstadt 2008, S. 7–13, hier S. 7–10 (für den Hinweis danke ich Iris Schröder); Frank Bösch, Ereignisse, Performanz und Medien in historischer Perspektive, in: ders. und Patrick Schmidt (Hrsg.), Medialisierte Ereignisse. Performanz, Inszenierung und Medien seit dem 18. Jahrhundert, Frankfurt am Main 2010, S. 7–29, hier S. 7–24.

[430] Charteris an Macdonogh, 21. 7. 1916, TNA, WO 158/897.

[431] Charteris, GHQ, S. 167.

[432] Hiley, Control, S. 506, 509.

[433] Zimmermann an Boy-Ed, 8. 7. 1916, BAMA, RM 5/3736, Bl. 92; Notizen Boy-Eds für Sitzung im Kriegspresseamt, 10. 7. 1916, ebd., Bl. 94; Boy-Ed an Holtzendorff, 20. 7. 1916, ebd., Bl. 93; ferner Holtzendorff an Müller, 8. 7. 1916, BAMA, RM 2/1983; Schreiben Müllers, ebd.

[434] Boy-Ed an Nicolai, P 1464, 3. 8. 1916, BAMA, RM 5/3740, Bl. 93 f., auch folgende Zitate.

Briten lernen, die „darin Meister“ seien. „Die Taten allein tun es in unserer Zeit der Presse-Herrschaft eben nicht!“ Anfang 1917 eröffnete die dritte OHL die erste konkrete Kampagne des Medienkriegs gegen den Gegner, die über passive Maßnahmen oder die Hoffnung hinausging, dass eine eigentlich auf Neutrale zielende Maßnahme auch die Gegner treffen könnte.

Medienkampagnen wie Feldzüge – Der Medienkrieg gegen die Gegner in der zweiten Kriegshälfte

Nachdem der Medienkrieg gegen die Gegner bis 1916 vor allem als defensive Angelegenheit verstanden worden war, wurden in den letzten beiden Kriegsjahren wahre Wunderdinge von ihm erwartet. Medienarbeit sollte nicht nur die einzelnen Soldaten an der Front zum Überlaufen, sondern ganze Armeen und schließlich Nationen zur Kapitulation bringen. Die Medien sollten Unzufriedenheit und Unruhen beim Gegner anstacheln – gerade so, wie sie solche in der eigenen Heimat verhindern sollten.[435] Der Medienkrieg sollte erreichen, was mithilfe der militärischen Machtmittel in den bisherigen Kriegsjahren nicht gelungen war, und die operative Kriegführung aus ihrer Krise befreien.

Es war zunächst die dritte OHL, die eine umfangreiche Medienkampagne gegen einen Kriegsgegner ins Leben rief. Das Ziel dieser Kampagne war Russland.[436] Nach der Februarrevolution sollten kriegsunwillige russische Soldaten mit Flugblättern und später auch Funkmeldungen in ihrer Friedenssehnsucht bestärkt werden.[437] Auch Zeitungen kamen zum Einsatz. Namentlich riet Ludendorff den Heeresteilen im Osten, die Unterhändler von russischer Seite empfingen, den *Vorwärts* zu abonnieren. Da diesem in den sozialistischen Kreisen Russlands vertraut werde, sollten ausgewählte Artikel des Blattes übersetzt und verteilt werden, um so die russischen Soldaten zu demotivieren.[438] Die Medienarbeit, so urteilte Ludendorff im Juli zufrieden, habe gemeinsam mit den militärischen Erfolgen Deutschlands dazu beigetragen, die russischen Streitkräfte in die Untätigkeit zu manövrieren. Sie sollte fortgesetzt werden, um die öffentliche Meinung in Russland auch im Frieden auf Deutschlands Seite zu bringen und Beeinflussungen durch andere Länder zu bekämpfen.[439] Dementsprechend wurde die Kampagne nach der Oktoberrevolution noch einmal intensiviert.[440] Einige im Osten stationierte Offiziere waren jedoch skeptisch, was die Möglichkeiten der deutschen Me-

[435] Siehe dazu oben, Kapitel 4.2.

[436] Beachte CORNWALL, Undermining, S. 40–62, der für einen Einblick in die Praxis der Einflussnahmeversuche an der Front (inklusive mündlicher Einflussnahme) aufschlussreiche österreichische Quellen heranzog.

[437] HANS MEIER-WELCKER, Seeckt, Frankfurt am Main 1967, S. 116f.

[438] OHL an AOK 9, 11. 4. 1917, BAMA, PH 5/II/628, Bl. 3f.

[439] Holtzendorff an Müller, 31. 7. 1917, mit Lagebericht GHQ, 21. 7. 1917, Abschnitt IV, BAMA, RM 2/1983, Bl. 288–290; NEBELIN, Ludendorff, S. 388f.; siehe auch Neue Richtlinien für Frontpropaganda, 18. 10. 1917, BAMA, PH 5/II/628.

[440] Ergänzungen zu den Berstimmungen für die Propaganda, 24. 11. 1917, BAMA, PH 5/II/628, Bl. 34f.

dienarbeit anging – nicht, weil sie an diesen per se zweifelten. Der spätere Chef der Heeresleitung Hans von Seeckt beispielsweise sah in der gegen Deutschland eingestellten internationalen Presse einen Gegner, der „kaum zu besiegen“ sei.[441] Als lähmendes Hindernis für die eigene Medienarbeit galten aber die Annexionsforderungen, die die dritte OHL stellte. Seeckt urteilte, dass diese jegliche Erfolge der Einflussnahme zunichtemachten.[442] Tatsächlich ließen Hindenburg und Ludendorff weite Gebiete im Westen Russlands im Frühjahr 1918 militärisch besetzen, nachdem die Friedensverhandlungen von Brest-Litowsk kaum mehr als eine Inszenierung für die Weltöffentlichkeit gewesen waren.[443] Dennoch war die Vorstellung, dass die Medienarbeit einen wichtigen Beitrag zum Sieg über Russland geleistet habe, in der Militärspitze verbreitet. Für viele galt sie als Teil des eigenen Waffenarsenals.[444]

Auch die Kämpfe gegen Italien sollten entsprechend unterstützt werden. Vor der zwölften Isonzoschlacht im Oktober 1917 nutzte die OHL eine Kombination aus Andeutungen gegenüber den Medien und strenger Zensur, um die Aufmerksamkeit des gegnerischen Militärs auf einen Frontabschnitt zu lenken, an dem keine Angriffe geplant waren.[445] Eine solche Irreführung des Gegners verband das Konzept des Medienkrieges mit etablierten operativen Methoden.[446] Entsprechende Überlegungen hatte der deutsche Admiralstab bereits vor dem Krieg angestellt; 1913 war im *Militär-Wochenblatt* beobachtet worden, dass Russland 1877/1878 die Presse entsprechend im Krieg gegen das Osmanische Reich genutzt hatte, weitere historische Beispiele waren bekannt.[447] Auch in Großbritannien wurde diese Methode vereinzelt genutzt.[448] Ludendorff erhoffte sich jedoch mehr. Im Januar 1918 hatten deutsche Diplomaten in neutralen Ländern geklagt, dass die erfolgreichen Operationen in Italien zu langsam in Medienarbeit umgesetzt würden. Die holländischen Medien beispielsweise beschäftigten sich viel mehr mit der britischen Of-

[441] Meier-Welcker, Seeckt, S. 62 f.
[442] Ebd., S. 116 f.; Ritter, Tragödie, S. 508–510; der Friedensvertrag von Brest-Litovsk wurde für die nach innen gerichtete britische Medienarbeit weidlich genutzt, Badsey, Front, S. 50.
[443] Pyta, Hindenburg, S. 321; Ritter, Militarismus, S. 116–118, 131.
[444] Vgl. Cornwall, Undermining, S. 49, 61 f., beachte die Fußnoten 112 und 116; ferner, mit Vorsicht zu genießen, Barbara Ahammer, ‚Lubok‘-Blätter und ‚Vaterländischer Unterricht‘, in: ÖMZ 46 (2008), S. 18–25, hier S. 24.
[445] Knesebeck, Wahrheit, S. 109.
[446] Schon Sun Tsu betonte ihren Wert, beachte Lt.-Col. J. R. D. Gervais, The Media and the Conduct of War, in: Allan D. English (Hrsg.), The Changing Face of War. Learning from History, Montreal 1998, S. 255–271, hier S. 256. Pöhlmann meint, dass sich die Irreführung im Ersten Weltkrieg im Kontext des Grabenkrieges durchsetzte, Pöhlmann, Intelligence, S. 42.
[447] J., Die Bedeutung der Presse im Krieg, in: Militär-Wochenblatt. Unabhängige Zeitschrift für die deutsche Wehrmacht 98 (1913), Sp. 2589–2596, hier Sp. 2594.
[448] Siehe z. B. Schreiben aus Kiel an den Admiralstab, 2143, 12. 11. 1915, BAMA, RM 5/5203, Bl. 1. Für Großbritannien Verweis im Memorandum ‚The Treasure Ship‘, 14. 11. 1939, TNA, Adm 223/478; ferner Badsey, Front, S. 54 f.; Messinger, Propaganda, S. 114 f. Verhey merkt an, dass Irreführung schon vor dem Ersten Weltkrieg verbreitet war, das dezidierte Verständnis von Propaganda als entsprechender Waffe aber neu, Verhey, Lessons, S. 101 f.; allgemein zur taktischen und strategischen Irreführung Jock Haswell, The Intelligence and Deception of the D-Day Landings, London 1979, S. 34 f.

fensive bei Passchendaele. Ludendorff sah das Problem darin, dass die Befehlshaber an der Front die Berichterstatter der MAA als „störende Gäste“ behandelten. Dies müsse sich ändern. Die MAA sei ein „Organ der Obersten Heeresleitung, das die Aufgabe hat, die militärischen Erfolge der deutschen Waffen durch Aufklärungsarbeit mittels Feder, Bild und Film und mündliche Propaganda im neutralen und feindlichen Ausland politisch auszuwerten“. Sie sei ein „Hilfsmittel zur Erreichung des Sieges.“ Daher müssten ihre Berichterstatter unterstützt werden, um „durch richtige propagandistische Auswertung unserer militärischen Siege den Kriegswillen der feindlichen Heimatarmeen zu zertrümmern. Dies kann nur erreicht werden, wenn unser militärisches Nachrichtenmaterial früher, schneller und ergiebiger in die neutrale Presse gelangt als das der Feinde.“[449]

Zudem werde das Material der MAA auch für die deutsche Presse aufbereitet, „um in dieser einen geeigneten Resonanzboden für die Auslandswirkung zu finden. Auch wird hierdurch die Beeinflussung der Stimmung in der Heimat gesichert und damit der Wille zum Durchhalten gestärkt.“[450] Diese Argumentation Ludendorffs aus dem Januar 1918 besagte nichts anderes, als dass es mit militärischen Mitteln allein nicht möglich war, den Krieg zu entscheiden. Die Anzahl der bisherigen Isonzoschlachten verdeutlichte dies. Dort, wo die über Jahre hin und her wogenden Kämpfe abgesehen von hohen Verlusten ergebnislos geblieben waren, sollten die Medien einen Ausweg bieten. Sie sollten die begrenzten Landgewinne an der Front ausnutzen, um den momentan unterlegenen, aber nicht besiegten Gegner zu überzeugen, dass er eben doch besiegt und nicht länger kampffähig sei.

In der Auseinandersetzung mit den westlichen Gegnern griff die gleiche Überlegung. Auf einer Sitzung des Kriegspresseamts am 20. und 21. April 1917 erklärte Stotten, dass Großbritannien entschlossen sei, den Krieg gegen Deutschland notfalls allein fortzusetzen. Er zog daraus den Schluss, dass die deutsche Bevölkerung mithilfe der Medienarbeit langfristig kriegswillig gehalten werden müsse: „Wenn heute gesagt wird, daß der Presse vielfach nicht geglaubt wird, so ist das ganz entschieden richtig, und namentlich bezüglich der rechtssozialistischen Presse.“[451] Dennoch sollte mit ihrer Hilfe „der feindlichen Hetzpropaganda“ Paroli geboten werden.[452] Die Militärführung verstand die eigene Medienlandschaft als Schlachtfeld des Medienkrieges, das als Indikator für die deutsche Moral vom Ausland beobachtet werde und schon allein deshalb nicht aufgegeben werden durfte.[453]

[449] Chef des Generalstabes des Feldheeres Ia/IIIb 6022 geh. Op., Aufgaben und Organisation der Militärischen Stelle des Auswärtigen Amtes (M.A.A.), 7. 1. 1918, GLAK, 456 F1/372.

[450] Ebd.

[451] Bericht über Sitzungen im Kriegspresseamt am 20. und 21. April 1917, HSAS, M 635/2 Bd. 17, S. 17–23 und *passim*, Zitat S. 22; zu weiteren Forderungen, sich an der britischen Medienarbeit zu orientieren, siehe VI. A.K., Stv. GKdo, Abt. P 553/6.17, 28. 6. 1917, BAMA, RM 3/10279.

[452] Hierfür sammelte die BuFA im Mai 1917 Material, AOK 7, Ie Nr. 15077, 2. 5. 1917, GLAK, 456 F1/412.

[453] Abschrift Chef IIIb 10790/II geheim, 24. 5. 1917, BAMA, PH 3/97, Bl. 8. Zudem hielten, wie bereits gezeigt, Hindenburg und Ludendorff die Presse weiterhin für wichtig, siehe oben, Fußnote 285.

Als Einfalltor für die gegnerische Medienarbeit galten insbesondere Schweizer Zeitungen und dort produzierte Fälschungen deutscher Blätter.[454]

Solche medialen Angriffe, die Anstrengungen für die Moral der Heimat umso wichtiger scheinen ließen, wollte die OHL durch „regste Propaganda im Ausland" erwidern. Hierfür sollten die bereits bekannten Berichte der Streitkräfte selbst eingesetzt werden, die nun auch auf die Gegner wirken sollten.[455] Mit Blick auf die Friedensresolution des Reichstags, die als Ergebnis der gegnerischen Medienarbeit interpretiert worden war, forderte Haeften: „Es erscheint dringend notwendig, bei unseren Feinden eine ähnliche Gegenwirkung auszulösen." Angesichts des beginnenden vierten Kriegsjahres sollte „Propaganda mit suggessiver [sic, CG] Wirkung" den Kampfeswillen der gegnerischen Heimatbevölkerungen untergraben.[456] Vom neuen Reichskanzler Georg Michaelis verlangte Ludendorff im August spezielle Medienkampagnen gegen Großbritannien in Finnland, Estland und der Ukraine.[457] Und während ab Herbst und Winter 1917/1918 gerade Politikerreden als Teil des Medienkriegs wahrgenommen wurden,[458] wollte die OHL eine eigene, mediale Großoffensive gegen Großbritannien mit der Frühjahrsoffensive verbinden, die an der Westfront zum Erfolg führen sollte. Das Konzept dazu entwickelte Haeften in Ludendorffs Auftrag. In einer Denkschrift verdeutlichte er pointiert den Wert, der dem Medienkrieg inzwischen zugeschrieben wurde: „Worte sind heute Schlachten: Richtige Worte gewonnene Schlachten, falsche Worte verlorene Schlachten."[459]

Nachdem die militärische Offensive gescheitert war, sollte die Medienarbeit umso intensiver genutzt werden. Im Mai 1918 beauftragte Ludendorff Haeften damit, einen entsprechenden Plan zu entwickeln.[460] Dieser legte daraufhin das Konzept einer „Friedensoffensive" vor, die kriegsmüde Kreise in Großbritannien ansprechen und dort die Bereitschaft für einen Verhandlungsfrieden steigern sollte. Für die Durchführung forderte Ludendorff ein eigenes Ministerium für Auslandspropaganda, angelehnt an das britische MoI.[461] Als dieser Wunsch nicht umgesetzt wurde, unterstellte die OHL die MAA gänzlich ihrer eigenen Kontrolle

[454] AOK 4, Ia 489/August, 16. 8. 1917, GLAK, 456 F6/225; Stv. Gen. Kdo. I. A.K. an MKr, 31. 8. 1917, Abschrift, HSAS, E 40/72 Bü 554; Generalstab des Feldheeres, IIIb, 16687 Geheim, 7. 11. 1917, GLAK, 456 F1/684.

[455] AOK 4, AO. Nr. 11384, 25. 4. 1917, GLAK, 456 F6/225.

[456] Haeften an Nicolai, 20. 7. 1917, BAMA, RM 5/3791, Bl. 312–318.

[457] Ritter, Militarismus, S. 46–48; Vogel, Organisation, S. 48.

[458] Siehe Chef des Generalstabes des Feldheeres, 22428 P, 5. 9. 1917, BAMA, RM 5/3723, Bl. 122, zum Umgang mit einer Rede Lloyd Georges; vgl. auch Ritter, Militarismus, S. 237, 257.

[459] Erich Ludendorff, Urkunden der Obersten Heeresleitung über ihre Tätigkeit 1916/18, Berlin 1920, S. 477; ferner Murawski, Wehrmachtbericht, S. 24 f.; Nebelin, Ludendorff, S. 405 f.; Uhle-Wettler, Ludendorff, S. 327 f.; Uziel, Blick, S. 306.

[460] Nebelin, Ludendorff, S. 426 f.; beachte ferner Deist (Hrsg.), Innenpolitik 2, S. 1228, Fußnote 8.

[461] Schreiben des Generalstabschefs an den Reichskanzler, 7. 6. 1918, wiedergegeben in Vogel, Organisation, S. 98–102; siehe auch Nebelin, Ludendorff, S. 427 f.; Nicolai, Nachrichtendienst, S. 95; Ritter, Militarismus, S. 388–390; Stegmann, Inlandspropaganda, S. 97 f.; Verhey, Spirit, S. 201; Vogel, Organisation, S. 55–57.

und machte sie zur Auslandsabteilung der OHL (OHLa).[462] Angesichts der im Juli einsetzenden Offensiven der Westalliierten[463] sah Ludendorff eigene Angriffsmöglichkeiten nur noch im Medienkrieg. Noch auf dem Kronrat in Spa im August wurde eine mediale Offensive geplant und Ende des Monats initiiert.[464] Erst kurz vor Kriegsende verzichtete die OHL auf mediale Angriffe. Dass die Kontrolle über die OHLa im Oktober 1918 an das Auswärtige Amt zurückgegeben wurde, kann als ihr Eingeständnis aufgefasst werden, dass auch die Medienarbeit gegen die Gegner nichts mehr erreichen konnte.[465]

Das britische Militär blieb hinter den Aktivitäten der deutschen Streitkräfte zurück, die allerdings genau beobachtet wurden. Als in Großbritannien die deutsche Kampagne gegen Russland bemerkt wurde, verschärfte dies die schon länger bestehenden Sorgen um die Verlässlichkeit des östlichen Alliierten.[466] Als Russland dann zusammengebrochen war, gelang es dem Journalisten Henry Wickham Steed und dem Historiker Robert William Seton-Watson Anfang 1918, Lloyd George von einer Medienoffensive gegen Österreich-Ungarn zu überzeugen. Gerade Steed war an der Auflösung des Vielvölkerstaats interessiert gewesen, in dem er für elf Jahre als Korrespondent gearbeitet hatte. Da ein Separatfrieden als unmöglich galt und mit der deutschen Kampagne gegen Russland ein Präzedenzfall vorlag, schien die Zeit reif. Mithilfe der Medienarbeit sollten, vor allem von Italien aus, Unruhen angefacht und der Zusammenhalt der Armee unterminiert werden, die als Klammer der verschiedenen Nationalitäten der Monarchie galt.[467]

Das War Office begrüßte die Medienoffensive. Bereits Ende Oktober 1917 hatte es erklärt, Pazifismus müsse zwar daheim bekämpft, in gegnerischen Nationen aber verbreitet werden, um deren sozialen Zusammenhalt zu unterminieren.[468] Die Kampagne gegen Österreich-Ungarn wurde im Februar 1918 in die Hände Northcliffes und seines Crewe House gelegt, das unterhalb des MoI für die Medienarbeit gegen die Gegner zuständig war. Die Streitkräfte unterstützten seine Arbeit.[469] Im April begann von Italien aus die Kampagne, die mit den Alliierten koordiniert worden war.[470] Die Streitkräftevertreter vor Ort, wie der Berater des serbischen Kronprinzen Vizeadmiral Ernest Troubridge, waren primär an Frontpropaganda und Überläufern interessiert.[471] Allerdings zielte die Medienarbeit

[462] Chef des Generalstabes des Feldheeres, M. I. Nr. 81116, 9. 7. 1918, HSAS, M 30/1 Bü 9; siehe auch Auslands-Abteilung der OHL, 582 Geheim L., 12. 9. 1918, HSAS, M 30/1 Bü 9; Creutz, Pressepolitik, S. 150 f.; Vogel, Organisation, S. 32. Ferner unten, Kapitel 5.1.3.

[463] Nebelin, Ludendorff, S. 436 f.

[464] Stegmann, Inlandspropaganda, S. 101; Vogel, Organisation, S. 57–59.

[465] Creutz, Pressepolitik, S. 151; Vogel, Organisation, S. 32.

[466] Hankey an Robertson, 9. 11. 1916, wiedergegeben in Woodward, Correspondence, S. 106–108.

[467] Cornwall, Undermining, S. 175–177, 182 f.; Lloyd George, Memoirs 4, S. 1873; Ritter, Militarismus, S. 275 f.; Sanders und Taylor, Propaganda, S. 70 f., 113 f.; Taylor, Donald, S. 157.

[468] Memorandum, War Office, 29. 10. 1917, TNA, Inf 4/9.

[469] Bruntz, Propaganda, S. 25–29; Cornwall, Undermining, S. 184; Haste, Propaganda, S. 47; Sanders und Taylor, Propaganda, S. 80–86.

[470] Cornwall, Undermining, S. 174 f., 185.

[471] Schriftwechsel zwischen Admiral E. T. Troubridge und Milner, im April 1918, TNA, WO 32/5130.

auch auf die Bevölkerung, die über die Schweiz erreicht werden sollte.[472] Diese Kampagne war aus Sicht der Streitkräfte aber nur ein Nebenschauplatz. Gleiches galt für die Einnahme Jerusalems, die in der Hoffnung auf eine politische Wirkung unternommen und mit einem aufwendig inszenierten Einmarsch General Edmund Allenbys in die Stadt gekrönt wurde.[473]

Der Hauptgegner des britischen Militärs war auch im Medienkrieg Deutschland. Auch an dieser ‚Front' ergriffen zivile Stellen nach ersten Erfolgsmeldungen gegen Österreich-Ungarn im Mai 1918 die Initiative.[474] Das Militär und seine Medienspezialisten, die seit April 1915 mit Flugblättern gegen den Gegner vorgingen, unterstützten sie dabei.[475] Sie arbeiteten hierfür primär mit der Presse zusammen, nutzten aber wie selbstverständlich auch die Funktechnologie, um ihre Meldungen zu verbreiten – gerade, um Medien in Holland oder der Schweiz mit Informationen zu versorgen, die diese dann für ihre auch in Deutschland rezipierten Berichte nutzen konnten.[476] Als die deutschen Armeen im Sommer 1918 in Bedrängnis gerieten, wurde die antideutsche Medienarbeit noch einmal intensiviert.[477] Die Medienspezialisten beanspruchten einen Anteil an den militärischen Erfolgen. Der stellvertretende Leiter des Crewe House, Sir Campbell Stuart, schrieb nach dem Krieg: „Military defeat rendered the German soldier more amenable to propagandist influences, to which in victory he could afford to turn a blind eye and deaf ear. Moreover, the Allied successes seriously disturbed the German nation […].“[478] Mit ihrem Vertrauen auf einen Effekt der Medienarbeit standen die zivilen Spezialisten nicht allein da. Auf einer interalliierten Konferenz zwischen zivilen und militärischen Medienspezialisten im August 1918 wurde die Fortsetzung der Kampagne gegen Deutschland geplant, die nun verstärkt die dortige Moral über neutrale Blätter beeinflussen sollte.[479] Dass das britische Militär damit eine Ebene der Kriegführung unterstützte, die Deutschland als Ablenkung von der eigenen Niederlage würde nutzen können, war den Streitkräftevertretern bewusst.[480] Dennoch wollten sie nicht auf den Medienkrieg verzichten; er galt als zu wichtig. In den Worten des Zeitungsbesitzers und Minister of Information Lord Beaverbrook: „In such a situation [am Kriegsende, CG] the munitions of the mind become not less vital for victory than fleets and armies; for it is the frame of

[472] Stuart, Secrets, S. 28–49.
[473] Bar-Yosef, Crusade, S. 100; Lloyd George, Memoirs 4, S. 1829–1831; siehe auch Badsey, Front, S. 49.
[474] Stuart, Secrets, S. 50f.
[475] Den besonderen Wert des Flugblatteinsatzes betont sein Leiter Cockerill, Fools, S. 61–78.
[476] Memorandum on the General Principles of Propaganda, H. G. Wells, 21. 3. 1918, TNA, Inf 4/9; The Organisation and Functions of the Ministry of Information, Beaverbrook, September 1918, TNA, Inf 4/9, S. 6; Schreiben Robert Donalds, 19. 3. 1918, TNA, Inf 4/9; Stuart, Secrets, S. 55–81, 98f.
[477] Cornwall, Undermining, S. 437f.
[478] Stuart, Secrets, S. 97f.
[479] Secretary, Enemy Propaganda Department, an Secretary, War Cabinet, 17. 9. 1918, TNA, Air 1/32/15/1/176; Bruntz, Propaganda, S. 39f., 81–83; vgl. auch Stuart, Secrets, S. 147–190.
[480] Lytton, Press, S. 187f.

mind in which the world is found at the close of war which will determine the world's future."[481]

Auch wenn immer wieder belastbare Beweise für eine Medienwirkung fehlten, hatte sich in Großbritannien wie in Deutschland das Konzept des Medienkriegs durchgesetzt und geholfen, das Aufgabengebiet der militärischen Medienarbeit auf das Ausland auszuweiten. Der Erste Weltkrieg war nicht allein ein Katalysator für den Ausbau der Medienarbeit gewesen. Er markierte zudem einen Wahrnehmungswandel des Stellenwerts der Medienarbeit. Mit den zunehmenden Erfahrungen waren auch die Erwartungen an sie gestiegen. Sie war von einer optionalen Ausnahmebeschäftigung einiger weniger Militärvertreter zu einer obligatorischen Tätigkeit geworden, die routiniert von allen Teilstreitkräften mit eigenen Spezialisten betrieben wurde. Diese veränderte Wahrnehmung wirkte im Frieden fort.

Zunächst jedoch widme ich mich in einem längeren Exkurs einem anderen Phänomen: Die Expansion der militärischen Medienarbeit auf dem Gebiet der nach innen gerichteten Einflussnahme begünstigte Konflikte mit den zivilen Regierungen oder verstärkte bereits bestehende Widersprüche. Die Dolchstoßlegende, mit der das deutsche Militär versuchte, der Heimatbevölkerung und letztlich auch der Regierung die Verantwortung für die Niederlage zuzuschieben, ist hierfür ein Beispiel. Auf weitere Konflikte gehe ich im folgenden Kapitel ein, in dem die Rolle der militärischen Medienarbeit für die Beziehungen zwischen militärischer und ziviler Spitze über den gesamten Untersuchungszeitraum hinweg behandelt wird.

[481] The Organisation and Functions of the Ministry of Information, Beaverbrook, September 1918, TNA, Inf 4/9, *passim*, Zitat S. 11.

5. Kompetenzkonflikte mit unerwarteten Folgen – Ein Exkurs zum Konflikt von Militär und Politik

In Kapitel zwei und vier habe ich gezeigt, dass führende Militärvertreter auf Medienstrategien der Einflussnahme zurückgriffen, um in Frieden und Krieg auch in Krisen handeln zu können. In diesem Kapitel setze ich mich mit einer besonderen Art von Krisen auseinander: solchen zwischen Streitkräftespitzen und Regierungen. In diesen ging es nicht darum, Mehrheitsverhältnisse in den Parlamenten zu beeinflussen oder Minister in ihrem Handeln zu bestärken. Derlei Versuche führten nicht zu Konflikten mit den Regierungen, solange letztere das Vorgehen des Militärs zumindest stillschweigend hinnahmen. In den hier behandelten Krisen sahen sich einzelne Spitzen der Streitkräfte mit Regierungsentscheidungen konfrontiert, die sie nicht akzeptieren wollten. Die Arbeit mit der Presse oder anderen Medien bot ihnen auch in solchen Situationen eine Handlungsoption, wenn der Dienstweg nicht zum Ziel führte.

Die entsprechenden Konflikte zwischen Militär und Regierungen waren im Untersuchungszeitraum und zwischen den Ländern unterschiedlich verteilt. Sie traten im Ersten Weltkrieg besonders häufig auf[1] und in Deutschland häufiger als in Großbritannien. Aufgrund dieses grundsätzlichen Unterschieds widme ich mich im ersten Unterkapitel Deutschland, im zweiten Großbritannien.

5.1 Von eigenen Gnaden – Medienarbeit des deutschen Militärs

Im preußisch dominierten deutschen Kaiserreich standen militärische und zivile Spitze nebeneinander unter dem Kaiser. Ihre Kompetenzbereiche galten als voneinander getrennt, wie das Beispiel der Zabern-Krise veranschaulicht.[2] Eben dieses zeigte aber auch, dass sich ‚Politik' und ‚Militär' nicht trennen ließen. Insbesondere dann nicht, wenn das Militär eine eigene, vorgeblich ‚unpolitische', da ‚nationale' Politik verfolgte. Konflikte zwischen Militär und Regierungen waren programmiert, zumal Wilhelm II. in seiner Koordinationsfunktion versagte.[3] Unter seiner Ägide forderte zuerst Tirpitz Bethmann Hollweg heraus, worauf ich im ersten der folgenden Abschnitte eingehe. Danach kam es zum Konflikt mit Hindenburg und Ludendorff, die die Medienwirkungsannahmen ihrer politischen Gegner in Hof-

[1] In diesem Konflikt verschwamm die Grenze zwischen Militär und Politik in allen teilnehmenden Nationen, siehe JOHN GOOCH, Armies in Europe, London 1980, S. 148.

[2] Siehe oben, Kapitel 2.2.2; Bethmann Hollweg war von dieser Trennung überzeugt, siehe EBERHARD V. VIETSCH, Bethmann Hollweg. Staatsmann zwischen Macht und Ethos, Boppard am Rhein 1969, S. 170f.; ferner SCHMIDT-RICHBERG, Generalstäbe, S. 16f.

[3] THOMAS NIPPERDEY, Machtstaat vor Demokratie (Deutsche Geschichte 1866–1918, Bd. 2), München 1993, S. 484.

intrigen gegen diese wendeten. Dies untersuche ich im zweiten Abschnitt. Anschließend analysiere ich, wie Militär und Regierungen von 1916 an bis weit in die Weimarer Zeit hinein um die Kontrolle über die Medienarbeit rangen, die als machtvolles politisches Instrument identifiziert worden war. Dieses Ringen konnte trotz des Systemwechsels bis in die späten 1920er Jahre hinein nicht entschieden werden. Erst als die Regierungen am Ende der Weimarer Republik autoritärer und zugleich militärfreundlicher wurden, änderte sich dies: Das Militär nahm nun seine Unterordnung hin. Darauf gehe ich im vierten Abschnitt ein, der die Zeit von etwa 1928 bis 1945 behandelt.

Mit den Medien gegen die Regierungen I – Tirpitz' Medienarbeit gegen Bethmann Hollwegs Politik

In den ersten Jahren der tirpitzschen Medienarbeit für die Marine kam es kaum zu Konflikten. Der Kaiser und Reichskanzler Bernhard von Bülow standen hinter Tirpitz und seiner Flottenpolitik, auch wenn diese ab 1908 angesichts der britischen Rüstungspolitik als gescheitert gelten musste.[4] Dies änderte sich unter der Kanzlerschaft Bethmann Hollwegs. Dieser war vor dem Ersten Weltkrieg bemüht, Deutschland und Großbritannien einander anzunähern, um so das britische Bündnis mit Frankreich und Russland zu untergraben.[5] Die Flottenrüstung dagegen basierte auf einem zumindest latenten Misstrauen gegenüber Großbritannien, das aufgebauscht werden konnte, wenn neue Gelder im Parlament bewilligt werden sollten, was wiederum die Beziehungen zu Großbritannien belastete.[6] Für Tirpitz bot die zweite Marokkokrise, in deren Folge die deutsche Presse sich einmal mehr gegenüber Großbritannien in Rage schrieb, die Gelegenheit, den bisher vorgesehenen Rückgang der Schiffbaurate ab 1912 zu stoppen.[7] Bethmann Hollweg wollte genau dies verhindern. Dafür war er sogar bereit, eine verstärkte Heeresrüstung in Kauf nehmen, also die Reichsfinanzen so weit zu belasten, dass der Bau weiterer Schiffe nicht mehr möglich gewesen wäre.[8] Der Admiral griff im Konflikt mit dem Kanzler als zusätzliche Handlungsoption auch auf die Medienarbeit zurück.

[4] Berghahn, Plan, S. 564; Epkenhans, Flottenrüstung, S. 15, 32–42, 48; Hubatsch, Admiralstab, S. 89; Tirpitz, Erinnerungen, S. 97.

[5] Theobald von Bethmann Hollweg, Vor dem Kriege (Betrachtungen zum Weltkriege, Bd. 1), Berlin 1919, S. 11 f.; Werner Frauendienst, Bethmann Hollweg, Theobald Theodor Friedrich Alfred von, in: Neue Deutsche Biographie 2 (1955), S. 188–193 [Onlinefassung]; URL: http://www.deutsche-biographie.de/pnd118510320.htm (zuletzt geprüft am 30. 9. 2011).

[6] Siehe Tirpitz an Wilhelm II., vermutlich Anfang 1916, BAMA, N 253/125, Bl. 252–272, insbesondere Bl. 259 f.; Salewski, Tirpitz, S. 47 f.; ferner, zur wechselseitigen Dynamik von Politik und Presse, Ute Daniel, Einkreisung und Kaiserdämmerung. Ein Versuch, der Kulturgeschichte der Politik vor dem Ersten Weltkrieg auf die Spur zu kommen, in: Barbara Stollberg-Rilinger (Hrsg.), Was heißt Kulturgeschichte des Politischen? Berlin 2005, S. 279–328, hier S. 317–324, 326.

[7] Epkenhans, Flottenrüstung, S. 98 f.; Geppert, Pressekriege, S. 284–286, 289–291; Vietsch, Bethmann, S. 132, auch zu den Aktivitäten der Alldeutschen.

[8] Förster, Militarismus, S. 216–219; Vietsch, Bethmann, S. 137.

Tirpitz konzentrierte sich zunächst darauf, den marinebegeisterten und letztlich politisch entscheidenden Kaiser auf seine Seite zu ziehen. Um seine Argumente zu unterstützen, legte er dem Monarchen Zeitungsartikel vor, die die Notwendigkeit der deutschen Seemacht bezeugten. Solche waren leicht zu finden: Das Nachrichtenbüro des Admirals hatte Informationen über die britische Bedrohung und die notwendige Seerüstung an die Presse gegeben. Es hatte sogar britischen Korrespondenten in Deutschland zu verstehen gegeben, dass Deutschland für Großbritannien gefährlich werden könne, um so antideutsche Stimmen in der britischen Presse anzuheizen, die wiederum die deutsche Pressepolemik verstärken sollten.[9] Zum Eklat kam es, als Tirpitz im Frühjahr 1912 Bethmann Hollwegs Entspannungsversuche offen herausforderte: Anfang des Jahres hatte der Kanzler Gespräche mit dem britischen Secretary of State for War Haldane geführt. Zwar war ihm schnell klar, dass Großbritannien nicht bereit wäre, sich im Fall deutscher ‚Präventivkriege' für neutral zu erklären, und deutscherseits stand ein völliger Verzicht auf die Flottenrüstung nicht zur Debatte. Dennoch hoffte der Kanzler, eine diplomatische Annäherung erreichen zu können.[10] Tirpitz jedoch erkannte hierin allein den Versuch, den Flottenausbau zu begrenzen. Daher ließ er einen ihm genehmen Gesetzesentwurf der Presse als endgültige Fassung zuspielen. Als dieser veröffentlicht wurde, sah sich der Kanzler unter Zugzwang gesetzt – und seine Außenpolitik herausgefordert.[11]

Auch wenn Bethmann Hollweg Tirpitz nicht die Zuständigkeit für die Flotte absprechen konnte, gab ihm dessen Vorgehen eine Möglichkeit, seiner Medienarbeit entgegenzutreten. Immerhin waren durch das Nachrichtenbüro Regierungsinterna verbreitet worden. Er ließ sich von Tirpitz zusichern, dass er weitere Indiskretionen unterbinden werde.[12] Die entsprechende Erklärung blieb allerdings wirkungslos. Deist meint zwar, das Büro habe seine Funktion als politischer ‚Blitzableiter' für den Admiral verloren, als der versicherte, Alleingänge seiner Mitarbeiter fortan zu verhindern.[13] Dies war jedoch zunächst nicht der Fall. Das Büro verschaffte Tirpitz in den Worten seines Leiters, des Kapitäns zur See Carl Hollweg, weiterhin

> Bewegungsfreiheit im Parlament und vor der Öffentlichkeit, wovon auch gelegentlich Gebrauch gemacht worden ist. Der Vorstand des N.-B. [Nachrichtenbüros, CG] muß sich in diesem Sinne von vornherein darüber klar sein, daß er auf einem exponierten Posten steht, den unter Umständen aufzugeben und nicht zu halten aus Gründen der Staats-Raison für den Staatssekretär notwendig werden kann. In diesem Sinne verlangt der Posten des Vorstandes ein gewisses Maß von Selbständigkeit und Verantwortungsfähigkeit.[14]

Auch der Kanzler schien Tirpitz' Erklärung nicht zu trauen. Noch im Sommer versuchte er nämlich, dem Admiral die Kontrolle über die Medienarbeit zu entziehen.

[9] Deist, Flottenpolitik, S. 73 f.; Geppert, Pressekriege, S. 290–292; Vietsch, Bethmann, S. 135.
[10] Bethmann Hollweg, Betrachtungen 1, S. 45–60; Tirpitz, Erinnerungen, S. 183–191; Epkenhans, Flottenrüstung, S. 113–117; Gutsche, Aufstieg, S. 70, 94 f.; Vietsch, Bethmann, S. 138.
[11] Deist, Flottenpolitik, S. 297–308.
[12] Ebd., S. 297–300; Geppert, Pressekriege, S. 293.
[13] Deist, Flottenpolitik, S. 131 und S. 313 f.; zu einer Relativierung siehe ebd., S. 318; Creutz folgt dieser Einschätzung, Creutz, Pressepolitik, S. 29.
[14] Hollweg, 1912, S. 9; vgl. Deist, Flottenpolitik, S. 314.

Er wollte die Medienbeziehungen der gesamten Regierung reformieren, da die „Bedeutung der öffentlichen Meinung für die Imponderabilien der inneren wie der äußeren Politik“[15] beständig zunahm.[16] Damit brachte er die in Deutschland wie Großbritannien unter Politikern, Militär- und Medienvertretern verbreitete Zuschreibung einer großen Wirkmacht zu den Medien zum Ausdruck – die letztlich eine sich selbst erfüllende Prophezeiung war. Seine Vorgehensweise war auf die Kontrolle der Institutionen der Medienarbeit bezogen: Eine direkt unter ihm angesiedelte Zentralstelle sollte fortan die amtliche Medienarbeit steuern und somit Angriffe auf seine Politik wie von Tirpitz ausschließen.[17] Dies war eine für die deutsche Seite bezeichnende Methode. Sie war letztlich Ausdruck der politischen Kultur eines stark auftretenden Staats, der auf einen hohen Grad an Intervention in die Medienlandschaft und auf eine entsprechende Kontrolle der Medien setzte – die sich freilich in aller Regel längst nicht so wie gewünscht erreichen ließ. In diesem Fall stimmte der Admiral dem Vorhaben am 16. August prinzipiell zu, wandte aber zugleich ein, dass eine Zentralstelle ressortspezifische Anfragen nicht rasch genug beantworten könnte, um die Medienvertreter zu befriedigen.[18] Tirpitz wollte sein Büro, das in der Auseinandersetzung mit dem Kanzler so hilfreich war, nicht aus der Hand geben; auch wenn er später behauptete, sich eine Zentralstelle schon unter Bülow gewünscht zu haben.[19] Bethmann Hollwegs Initiative scheiterte, da auch das Auswärtige Amt und andere Regierungsstellen sie ablehnten.[20]

Damit war jedoch weder der Konflikt um die Außenpolitik noch derjenige um die tirpitzsche Medienarbeit beendet. Beide wurden erneut sichtbar, als Löhlein, der zu Beginn des Ersten Weltkriegs das Nachrichtenbüro und die regelmäßigen Berliner Pressekonferenzen leitete, in einer Auseinandersetzung zwischen Medienvertretern und Auswärtigem Amt den Medienvertretern beistand. In der Folge griff Bethmann Hollweg Löhlein heftig an und verlangte am 10. Dezember 1914 von Tirpitz, ihn aus jeglicher Position zu entfernen, in der er mit Medien Kontakt habe. Am 19. Dezember wiederholte der Kanzler seine Forderung; für ihn war sie „von grundsätzlicher Bedeutung.“[21] Erneut widersetzte sich Tirpitz. Als Löhlein dennoch fünf Tage darauf den Vorsitz der Pressebesprechungen niederlegte,[22] erfüllte er damit seine Rolle als ‚Blitzableiter‘ für den Admiral, der inzwischen selbst erneut die Regierung herausgefordert hatte.

[15] Bethmann Hollweg an Tirpitz, 19. 7. 1912, BAMA, RM 3/9 Bl. 309; Bauer, Pressepolitik, S. 23–25.
[16] Siehe Bethmann Hollweg, Betrachtungen 1, S. 99–101.
[17] Bethmann-Hollweg an Tirpitz, 19. 7. 1912, BAMA, RM 3/9 Bl. 316–318. Zu vorherigen Zentralisierungsversuchen 1910 und 1893 siehe Koszyk, Pressepolitik, S. 17; Jungblut, Hammann, S. 105–108.
[18] Tirpitz an Bethmann-Hollweg, 16. 8. 1912, BAMA, RM 3/9 Bl. 339 f.
[19] Tirpitz, Erinnerungen, S. 97.
[20] Deist, Flottenpolitik, S. 310–312; Geppert, Pressekriege, S. 294 f.; Vogel, Organisation, S. 14, 20–24.
[21] Auszug aus dem Protokoll der Pressekonferenz, 30. 11. 1914, wiedergegeben in Deist (Hrsg.), Innenpolitik 1, S. 85 f., siehe vor allem Fußnoten 3, 4 und 5, Zitat S. 86, Fußnote 5; zur Berechtigung der Presse-Position siehe ebd., S. 82, Fußnote 5.
[22] Kriegstagebuch des Reichsmarineamtes, Eintrag vom 24. 12. 1914, BAMA, RM 3/2620, Bl. 39; Löhlein an Boy-Ed, 30. 5. 1916, BAMA; RM 5/3736, Bl. 26; Creutz, Pressepolitik, S. 59 f., 68–71.

Am 21. November hatte Tirpitz dem US-Journalisten Wiegand ein Interview gegeben.[23] Der Admiral hatte im Gespräch erfahren wollen, wie die USA reagieren würden, wenn Deutschland U-Boote gegen Handelsschiffe einsetzte. Wiegand hatte vorgeschlagen, das Interview zu verwenden, um an der Reaktion in den USA deren Haltung abzulesen. Tirpitz ließ sich darauf ein und schilderte einen Plan für den U-Boot-Krieg gegen Großbritannien. Bevor Wiegand das Interview per Kurier in die USA schickte, besprach er es mit Löhlein. Dieser wunderte sich, dass Tirpitz Geheimnisse des Admiralstabs preisgab, unternahm jedoch nichts, da der Admiral selbst den fertigen Text guthieß. Alfons Mumm von Schwarzenstein aus dem Auswärtigen Amt erfuhr von Wiegand, dass er den Text nur einsehen könne, wenn Tirpitz dies gestatte. Ihn um Erlaubnis zu bitten lehnte Mumm ab. Am 22. Dezember erschien das Interview in US-amerikanischen Zeitungen.[24] Deutsche Medien griffen es auf, es kam zu einem Skandal.[25] Tirpitz hatte die deutsche Marine unter Zugzwang gebracht und war als möglicher Nachfolger Bethmann Hollwegs bezeichnet worden.[26] Dies alles habe er unternommen, so schien es Admiral Müller, um in den Fokus der Öffentlichkeit zurückzukehren, aus dem er durch den Krieg verdrängt worden war, in dem das Heer die Aufmerksamkeit auf sich zog.[27] Admiralstabschef Pohl sah „große Unannehmlichkeiten infolge der Veröffentlichung" voraus.[28] Tirpitz habe Großbritannien Gelegenheit gegeben, sich auf die deutschen Pläne vorzubereiten, und der deutschen Bevölkerung Hoffnungen gemacht, die die Marine möglicherweise nicht erfüllen konnte. Er kündigte an, sich mit dem Kanzler gegen ihn stellen zu müssen.[29] Eine Auseinandersetzung schien unvermeidlich, traten doch die unterschiedlichen politischen Positionen des Kanzlers und Tirpitz' „erstmals scharf in die Erscheinung."[30] Müller beobachtete, dass Bethmann Hollweg „stark pessimistisch und voll berechtigtem Zorn auf Tirpitz [war], dessen Wiegand-Interview nur ein Glied in einer Kette sei."[31] Der Konflikt ebbte jedoch ab, als Löhlein den Vorsitz in den Pressekonferenzen niederlegte. Bereits am 18. Januar gab Tirpitz allerdings einem anderen US-Journalisten ein weiteres Interview.[32] Bethmann Hollweg schien hilflos, schrieb er selbst doch der Medienarbeit des Admirals große Wirkung zu. Doch auch

[23] Kriegstagebuch des Reichsmarineamtes, Eintrag vom 21. 11. 1914, BAMA, RM 3/2620, Bl. 37.
[24] Auszug aus einem Artikel Wiegands zu den Vorgängen im Hamburger Fremdenblatt, 14. 11. 1926, BAMA, RM 3/11679, Bl. 275–282, *passim.*
[25] Tagebucheinträge Müller, 22., 23. und 27. 12. 1914, wiedergegeben in Müller, Regierte, S. 76–78; Tagebucheintrag Riezler, 23. 12. 1914, wiedergegeben in Riezler, Tagebücher, S. 235 f.
[26] Ritter, Tragödie, S. 29 f.; Tirpitz, Ohnmachtspolitik, S. 621–627.
[27] Tagebucheintrag Müller, 23. 12. 1914, wiedergegeben in Müller, Regierte, S. 76 f.; Kaulisch, Tirpitz, S. 184.
[28] Kriegstagebuch des Reichsmarineamtes, Eintrag vom 22. 12. 1914, BAMA, RM 3/2620, Bl. 39.
[29] Ebd.
[30] Löhlein an Tirpitz, 26. 5. 1918, BAMA, N 253/125, Bl. 203–205, Zitat Bl. 204.
[31] Tagebucheintrag Müller, 23. 12. 1914, wiedergegeben in Müller, Regierte, S. 76.
[32] Kriegstagebuch des Reichsmarineamtes, 18. 1. 1915, BAMA, RM 3/2620, Bl. 42; der betreffende Journalist, Conger, hatte zwei Tage zuvor mit Falkenhayn gesprochen, Janssen, Kanzler, S. 55; insofern kann man dies als Teil der Bemühungen um die Haltung der USA sehen, siehe oben, Kapitel 4.

wenn es so aussah, als hätte der Admiral in der Medienarbeit einen Weg gefunden, seine eigene Politik zu vertreten und die Regierung unter Druck zu setzen, hatte er nicht mit den Eigendynamiken der Medien gerechnet.

Tirpitz selbst schien von den Folgen seines Interviews mit Wiegand überrascht und bat das Büro am 23. Dezember, die Presse dazu zu bringen, es klein zu halten.[33] Die möglichen Konsequenzen schienen ihm zu weitreichend. Noch am 16. Dezember hatte er Pohl, der Anfang 1915 mit dem U-Boot-Krieg gegen Handelsschiffe hatte beginnen wollen, vor zu großer Eile gewarnt, da die politischen Auswirkungen unabsehbar wären.[34] Nachdem sein Interview den Entscheidungsprozess beschleunigt hatte, zeigte Tirpitz sich doppelzüngig. Während er den U-Boot-Krieg privat pessimistisch betrachtete, vertrat er öffentlich die Position, man müsse ihn mit allen verfügbaren Mitteln führen, da er nun einmal „mit unnötiger Fanfare in die Welt gesetzt“ worden sei. Tirpitz meinte damit allerdings nicht sein Interview, sondern die Ankündigung des Sperrgebietes um Großbritannien im Februar 1915, die dem Einsatz der U-Boote vorausging.[35] Der Kanzler seinerseits hatte ihrem Einsatz nur „unter dem Druck der von Tirpitz eingeleiteten Hetze“ zugestimmt, wie er Müller anvertraute.[36] Auch Wiegand sagte er, das Interview habe seinen Widerstand gebrochen.[37] Die Reaktionen des Kanzlers, der sich durch die von ihm angenommene Wirkmacht der Medien beeindrucken ließ, schienen Tirpitz’ stetes Festhalten an seinem Nachrichtenbüro zu belohnen.

Über den Krieg hinweg blieb der U-Boot-Einsatz ein Streitpunkt der deutschen militärischen und zivilen Führung. Tirpitz war jedoch außer Stande, die Medien zu kontrollieren, auch wenn der von Kurt Riezler, einem engen Vertrauten des Kanzlers, schon vor dem Krieg geprägte Begriff der „Pressemeute der Marine“ anderes nahelegt.[38] Dass dem U-Boot-Krieg als Thema eine beträchtliche Eigendynamik innewohnte, zeigte sich schon an den Jubelartikeln nach der Versenkung der *Lusitania*.[39] Die Medienspezialisten der Marine bedauerten diese Entwicklung, denn Blätter, die wie die *Deutsche Tageszeitung* unter Reventlow ohne Wenn und Aber für die deutsche Seemacht eintraten, waren aufgrund ihrer Radikalität für subtile Versuche der Einflussnahme nutzlos.[40] Freilich nutzte der Admiral die Medienhetze aus, auch wenn er sie nicht steuern konnte. Gegenüber dem Kaiser verwies er auf sie, wenn er sich für den U-Boot-Krieg einsetzte. Ihn einzustellen, so

[33] Kriegstagebuch des Reichsmarineamtes, 23. 12. 1914, BAMA, RM 3/2620, Bl. 39.
[34] Schriftwechsel zwischen Pohl und Tirpitz, 15.–19. 12. 1914, BAMA, N 253/125, Bl. 77 f.
[35] TIRPITZ, Erinnerungen, S. 382–385, Zitat S. 382.
[36] Tagebucheintrag Müller, 18. 2. 1915, wiedergegeben in MÜLLER, Regierte, S. 91.
[37] Auszug aus einem Artikel Wiegands zu den Vorgängen im HAMBURGER FREMDENBLATT, 14. 11. 1926, BAMA, RM 3/11679, Bl. 275–282, hier Bl. 277; siehe auch AFFLERBACH, Falkenhayn, S. 377–380; RITTER, Tragödie, S. 155–158; TIRPITZ, Ohnmachtspolitik, S. 322–326.
[38] Tagebucheintrag Riezler, 20. 7. 1914, wiedergegeben in RIEZLER, Tagebücher, S. 188.
[39] Siehe Kapitel 4, Fußnote 342; hierüber wurden auch in den Streitkräften Klagen laut, siehe Hohenborn an seine Frau, 23./24. 6. 1915, wiedergegeben in HOHENBORN, Briefe, S. 72–76.
[40] Propagandavorschläge des Nachrichtenbüros, vermutlich Oktober 1915, BAMA, RM 3/9955, Bl. 86–94.

argumentierte Tirpitz, würde einen „Ausbruch allgemeinen Unwillens der Nation" auslösen.[41] So oder so, der Kanzler sah sich unter Druck gesetzt.[42]

Dass trotz aller medialen Aufregung eine Politik im Sinne des Kanzlers möglich war, zeigte sich, als er nach der Versenkung der *Arabic* durchsetzen konnte, dass fortan Passagierschiffe geschont werden sollten. Zwar musste die veröffentlichte Meinung mithilfe der Zensur gezügelt werden.[43] Doch Bethmann Hollweg hatte einen politischen Erfolg erzielt. Obwohl Tirpitz mit Rücktritt gedroht hatte, hielt der Kaiser zum Kanzler. Tirpitz' Rücktritt wurde abgelehnt und ihm sogar seine Position als seestrategischer Berater genommen. Zudem wurde der Admiralstabschef Admiral Gustav Bachmann, ein Verfechter der tirpitzschen Linie, durch den andersdenkenden Holtzendorff ersetzt.[44] Die entscheidende Rolle, die der Kaiser in den Konflikten zwischen Militär und Regierung spielte, wird hier deutlich.

Anfang 1916 konnte Bethmann Hollweg diesen Umstand zu seinen Gunsten nutzen und Tirpitz aufgrund dessen eigener Medienarbeit das Vertrauen des Monarchen verlieren lassen. Zunächst kochte der Konflikt um den U-Boot-Krieg wieder hoch. Falkenhayn war in das Lager seiner Unterstützer gewechselt. Er wollte mit seiner Hilfe Großbritannien verhandlungsbereit machen.[45] Bethmann Hollweg bekam die aufgeheizte öffentliche Meinung im Februar zu spüren, als sich zunächst der preußische Landtag und kurz darauf der Reichstag für den verschärften U-Boot-Krieg aussprachen. Er konnte jedoch den Kaiser dazu bewegen, dies als Eingriffe in die kaiserliche Kommandogewalt anzusehen, und die Parlamente so in die Schranken verweisen. Mit der Rückendeckung des Monarchen forderte er dann Tirpitz und Holtzendorff auf, keine Informationen mehr an Parlamentarier oder Presse zu geben.[46]

Dennoch setzte in den Medien Anfang März ein erneuter Sturm der Entrüstung ein, da der U-Boot-Krieg noch immer nicht ausgeweitet worden war; gerade Reventlow verlangte den Einsatz aller verfügbaren Mittel gegen Großbritannien.[47] Der Kaiser verstand nun diese Presseagitation als „ein unerhörtes, in letzter Stelle die Person des Kaisers als obersten Leiter der Reichspolitik und der Kriegführung

[41] Tagebucheintrag Müller, 30.5.1915, wiedergegeben in MÜLLER, Regierte, S. 105; siehe auch Tagebucheintrag Müller, 31.5.1915, ebd., S. 105f.; RITTER, Tragödie, S. 160f.

[42] Aufzeichnung des Admiralstabschefs über eine Besprechung beim Reichskanzler am 22.6.1915, wiedergegeben in TIRPITZ, Ohnmachtspolitik, S. 364–366; siehe darüber hinaus Tagebucheintrag Müller, 23.6.1915, wiedergegeben in MÜLLER, Regierte, S. 110.

[43] Tagebucheintrag Riezler, 29.8.1915, wiedergegeben in RIEZLER, Tagebücher, S. 296.

[44] AFFLERBACH, Falkenhayn, S. 377; RITTER, Tragödie, S. 179–181, 196.

[45] JANSSEN, Kanzler, S. 188–190; RITTER, Tragödie, S. 149–151.

[46] RITTER, Tragödie, S. 196–199; siehe auch Bethmann Hollweg an Tirpitz, 9.2.1916, BAMA, RM 2/1983; Tagebucheintrag Müller, 9.2.1916, wiedergegeben in MÜLLER, Regierte, S. 155; sowie BETHMANN HOLLWEG, Betrachtungen 2, S. 124f.; zu unternommenen Zensurschritten Kriegspresseamt 6568 O.Z., 6.3.1916, BayHStA, StvGenKdoIAK 1740; auch BayHStA, MKr 13875; Stellvertretendes Generalkommando I.A.K. an Pressepolizeibehörden, 6.3.1916, BayHStA, StvGenKdoIAK 1740; Schreiben der Oberzensurstelle, 21.3.1916, BayHStA, StvGenKdoIAK 1740; Kriegspresseamt 6990 O.Z., 18.3.1916, BayHStA, MKr 13875; Kriegspresseamt 7166 O.Z., 24.3.1916, BayHStA, MKr 13875.

[47] Tagebucheintrag Riezler, 7.3.1916, wiedergegeben in RIEZLER, Tagebücher, S. 337–339.

vor dem ganzen Volke bloßstellendes Verfahren."[48] Der erzürnte Monarch befragte den Kanzler, wie es zu solchen Artikeln kommen konnte. Bethmann Hollweg verwies auf die militärische Zensur.[49] Für diese sei eigentlich Holtzendorff zuständig, der aber sei machtlos, da Tirpitz das Nachrichtenbüro kontrolliere.[50] Der Kaiser, dem bekannt war, dass Bethmann Hollweg beide Admirale aufgerufen hatte, weitere Indiskretionen im U-Boot-Krieg zu verhindern, ordnete nun an, „die volle Verantwortung für die Beaufsichtigung der Presse auf dem Gebiete der Seekriegführung" dem Admiralstabschef zu übertragen.[51] Tirpitz' sachlich korrekte Erklärung, dass dieser in Seekriegsfragen bereits auf das Nachrichtenbüro zugreifen könne, änderte nichts.[52] Erfolglos versuchte er Holtzendorff, der kaum auf das Büro zurückgegriffen hatte, die Alleinverantwortung für die unerwünschten Artikel zuzuschreiben. Schließlich behauptete Tirpitz, dass nicht die Marine, sondern das Auswärtige Amt für die umstrittenen Artikel zuständig sei. Er selbst habe keinerlei Einfluss auf Reventlow genommen. Seine Verteidigung blieb angesichts seines Rufes als Medienstratege wirkungslos; das Nachrichtenbüro wurde zwischen Admiralstab und Reichsmarineamt aufgeteilt.[53] Tirpitz sah sich nicht nur seiner Medienspezialisten, sondern auch des kaiserlichen Vertrauens beraubt. Als der U-Boot-Krieg weiter verschoben wurde, reichte er seinen Rücktritt ein. Er war der Ansicht, schlussendlich von der Öffentlichkeit dafür verantwortlich gemacht zu werden, was er nicht ertragen wollte.[54] Sein Abschied wurde ihm am 16. März 1916 gewährt.[55]

Bethmann Hollweg war es also gelungen, Tirpitz in die Verantwortung für seine Medienarbeit zu nehmen, indem er ihn in den Augen des Kaisers für jegliche Äußerungen der durchaus selbstständigen Medien zum U-Boot-Krieg haftbar machte.[56] Der Triumph des Kanzlers hatte jedoch klare Grenzen. Freilich, Tirpitz trat zurück und die Marine-Medienarbeit wurde dem Admiralstab unterstellt.[57] Letzteres verweist aber einmal mehr auf die in Deutschland verbreiteten Medienbilder: Obwohl die Äußerungen der Medien als politisches Druckmittel verstanden wurden, stand im Zentrum des Konflikts zwischen Admiral und Kanzler die Frage nach der Kontrolle über die Institutionen der Medienarbeit – als wären die Me-

[48] Müller an Tirpitz, 5. 3. 1916, BAMA, N 253/443, Bl. 88f.
[49] Siehe Bethmann Hollweg, Betrachtungen 2, S. 120–124; Tagebucheintrag Müller, 3. 3. 1916, wiedergegeben in Müller, Regierte, S. 160f.; zur Umsetzung Kriegspresseamt 6568 O.Z., BayHStA, StvGenKdoIAK 1740; auch BayHStA, MKr 13875; Stellvertretendes Generalkommando I. A.K. an Pressepolizeibehörden, 6. 3. 1916, BayHStA, StvGenKdoIAK 1740.
[50] Mitschrift eines Telefonats, vermutlich 4. 3. 1916, BAMA, N 253/443, Bl. 85.
[51] Müller an Tirpitz, 5. 3. 1916, BAMA, N 253/443, Bl. 88f.
[52] Tirpitz an Wilhelm II., 8. 3. 1916, BAMA, N 253/443, Bl. 88; siehe auch Tirpitz an Müller, 8. 3. 1916, BAMA, RM 2/1983.
[53] Tirpitz an Müller, 24. 3. 1916, BAMA, RM 2/1983.
[54] Tagebucheintrag Müller, 4. 3. 1916, wiedergegeben in Müller, Regierte, S. 161–163; Afflerbach, Falkenhayn, S. 389; Janssen, Kanzler, S. 193f.; Salewski, Tirpitz, S. 109–111; siehe auch Tirpitz, Ohnmachtspolitik, S. 485–509 und 628–633.
[55] Salewski, Tirpitz, S. 109–111.
[56] Vgl. Gutsche, Aufstieg, S. 184f.
[57] Siehe oben, Kapitel 4.1.1.

dien letzlich nur mehr oder weniger gut manipulierbare Objekte. Dass die Marine-Medienarbeit damit unter militärischer Kontrolle blieb, ist angesichts der kaiserlichen Anordnung und des herrschenden Kriegszustands nur zu verständlich. Es war aber die erste wichtige Einschränkung des Erfolgs des Kanzlers, der eben nicht seinen Plan von 1912, die Medienarbeit unter seine Kontrolle zu bringen, verwirklichen konnte. Zudem setzte der Admiral dem Kanzler auch aus dem Ruhestand heraus zu. Im Zusammenhang der militärischen Medienarbeit ist eine weitere Grenze des Erfolgs des Kanzlers wichtig. Dieser nämlich glaubte trotz seines machtpolitischen Erfolgs und der deutlich sichtbar gewordenen Rolle des Kaisers weiterhin an eine enorme Wirkung der Medien. Für ihn, wie für andere führende Regierungsvertreter, blieben diese hohen eigenen Medienwirkungsannahmen eine Schwäche in Konflikten, in denen das Militär Medienarbeit einsetzte.

Mit den Medien gegen die Regierungen II – Hindenburgs indirekte Medienarbeit

Wenige Monate nach Tirpitz' Abschied gelang es Bethmann Hollweg, den zum U-Boot-Befürworter gewordenen Falkenhayn durch Hindenburg und Ludendorff ersetzen zu lassen. Hinter dem Wechsel in der Obersten Heeresleitung stand nicht zuletzt die Überlegung, dass die politisch relevante Öffentlichkeit dann, wenn der verehrte Held Hindenburg nicht in der Lage wäre, den Krieg zu gewinnen, von einem Verhandlungsfrieden überzeugt werden könnte, ohne dass dies das Ende der Monarchie bedeuten müsste.[58] Mit Hindenburg brachte der Kanzler einen Militärvertreter an die Spitze der OHL, der sich seit kurz nach Kriegsbeginn darauf konzentriert hatte, Medienarbeit im eigenen Namen zu betreiben, und der wie Tirpitz gewillt war, sie für seine politischen Ziele, nämlich den Kampf bis zum Sieg, gegen die zivile Regierung zu wenden. Tatsächlich hatte er damit einigen Erfolg – solange seine zivilen Gegner vor ihm und seinem durch Medienarbeit untermauerten Ansehen zurückwichen.

Als Hindenburg am 22. August 1914 zum Oberkommandierenden an der Ostfront ernannt worden war, war er kaum bekannt gewesen. Er war aus dem Ruhestand geholt worden, weil die Militärspitze erwartet hatte, dass er sich nicht in die Operationsführung seines Stabschefs Ludendorff einmischen würde. Dieser hatte sich durch Erfolge im Westen ausgezeichnet und sollte nun das russische Vordringen im Osten stoppen. Hindenburg widmete sich eher repräsentativen Aufgaben. Ausgesucht höflich empfing er Journalisten, gab Interviews, in denen er ruhig und ganz ‚Herr der Lage' schien, und hatte schließlich das Glück, dass die Identitäten der deutschen Heerführer erstmals kurz nach dem Sieg seiner Truppen bei Tannenberg bekannt gegeben wurden. Für die Medien eignete er sich damit als Heldengestalt. Obwohl ihn deren gesteigerte Aufmerksamkeit anfangs irritierte, fand er sich schnell in der Rolle zurecht.[59] Hohenborn bewertete den öffentlich

[58] Pyta, Hindenburg, S. 202–205; Ritter, Tragödie, S. 248f.
[59] Pyta, Hindenburg, S. 13, 28–30, 43–55, 92–96, 99, 102f., 106f., 120–130, 147f., 151.

ausgedrückten Glauben an ihn schon im April 1915 als so wichtig, dass man ihn „nicht erschüttern“ dürfe.[60] Als Falkenhayn den militärischen Schwerpunkt im Herbst 1915 verschob, wohl auch um Hindenburg uninteressant zu machen, gelang es Letzterem dennoch, sein Ansehen weiter auszubauen: Medienvertreter reisten zu ihm, auch wenn ihnen die Erlaubnis dafür in Berlin verwehrt wurde. Die Presseabteilung seines Stabes, von Ludendorff mit erfahrenen Journalisten besetzt, war bei den Medienvertretern beliebt, da sie wenig militärisch auftrat.[61]

Mit dem hohen Ansehen der neuen OHL hatte der Kanzler kalkuliert. Nicht gerechnet hatte Bethmann Hollweg allerdings offenbar damit, dass Hindenburg und Ludendorff den U-Boot-Krieg für unverzichtbar erklären würden, wie es im Dezember 1916 geschah. Unterstützt wurden sie durch die wenig zensierten Medien aus dem rechten Spektrum. Hier bestärkten deutsche ‚Medienzaren‘ das Militär, auch wenn ihr Ansehen beim diesem deutlich niedriger als das Northcliffes in Großbritannien war. Das gilt selbst für Alfred Hugenberg, der zahlreiche liberale Zeitungen aufkaufte, um sie für die ‚nationale‘ Sache einzusetzen, später den ersten multimedial aufgestellten Konzern Europas aufbaute und für seine politischen Zwecke nutzte.[62] Bethmann Hollweg, eigentlich überzeugt, dass die Entscheidung über den U-Boot-Krieg bei ihm läge, gab nach, als Hindenburg und Ludendorff vor dem Kaiser darauf bestanden, dass sie entscheiden müssten, weil sie in den Augen der Öffentlichkeit für die Kriegführung verantwortlich gemacht würden. Schließlich war auch der Kanzler überzeugt, dass „der Volksglaube zu einem Faktor geworden [war], über den nicht hinweggegangen werden konnte“ und dass ein Frieden auf der Basis von Friedensverhandlungen nicht möglich wäre, bevor nicht „das Kriegsmittel erprobt war, von dem ihm dieselben Männer [Hindenburg und Ludendorff, CG] baldigen Sieg versprachen“.[63] Am 9. Januar 1917 wurde der unbeschränkte Einsatz der U-Boote beschlossen. Wieder hatten sich führende Soldaten durchsetzen können, wieder auch deshalb, weil Bethmann Hollweg – dem zeitgenössischen Denken entsprechend – ihren Glauben an die Wirkmacht der Medien teilte, die sich hinter die dritte OHL und den U-Boot-Krieg gestellt hatten.[64]

Ungeachtet seines Einlenkens galt der Kanzler fortan wegen seines Widerstands in Hindenburgs Augen als hinderlich für die ‚Siegfriedenspolitik‘ der dritten OHL.

[60] Hohenborn an seine Frau, 3.4.1915, wiedergegeben in HOHENBORN, Briefe, S. 56–59, Zitat S. 58.

[61] PYTA, Hindenburg, S. 184–187; UHLE-WETTLER, Ludendorff, S. 189. Ludendorff hatte schon vor dem Krieg seine Positionen in dem Kalkül öffentlich gemacht, sie so besser durchsetzen zu können – namentlich kooperierte er im Rahmen der Heeresrüstung vor dem Ersten Weltkrieg mit den Alldeutschen, WALTER GÖRLITZ, Der deutsche Generalstab. Geschichte und Gestalt, Frankfurt am Main ²1953, S. 116–118; dies war jedoch allenfalls eine indirekte Form der Medienarbeit.

[62] ACKERMANN, Geburt, S. 212; WOLLSTEIN, Bethmann, S. 113; ferner FAULSTICH, Mediengeschichte, S. 102 f.; HALLIN und MANCINI, Media Systems, S. 155; HUMPHREYS, Media, S. 26; REQUATE, Amerikanisierung, S. 43.

[63] BETHMANN HOLLWEG, Betrachtungen 2, S. 138 f.

[64] Ebd., S. 129–138; NEBELIN, Ludendorff, S. 299 f.; PYTA, Hindenburg, S. 240–245; RITTER, Tragödie, S. 368–385, 404; UHLE-WETTLER, Ludendorff, S. 245–255.

In den folgenden eineinhalb Jahren bekämpften die Generale alle Personen an der politischen Spitze des Reiches, die sie so einstuften. Politische Allianzen mit Industriellen, Parlamentariern und Personen aus dem Umfeld des Kaisers waren die wesentlichen Waffen in diesen Konflikten.[65] Spitzten sich die Auseinandersetzungen zu, berief sich Hindenburg darauf, dass ihn sein öffentliches Ansehen unersetzlich machte. Seine Methode war erfolgreich: Am 12. Juli 1917 drohten Hindenburg und Ludendorff zurückzutreten, da sie nicht länger mit Bethmann Hollweg zusammenarbeiten könnten. Wilhelm II. war empört: „Zwei Preuß. Offiziere versuchen, durch Ausnutzung der Zwangslage ihres Ob. Kriegsherrn vor dem Feind durch ihren Rücktritt, denselben zu zwingen einen ihnen unliebsamen Minister gegen des Kaisers Willen zu stürzen und ihn zu zwingen, ihn gehen zu lassen! Noch nicht dagewesen! Das ist ja unnennbar!“[66]

Dennoch erreichten sie ihr Ziel: Bethmann Hollweg ging ‚freiwillig' – zur Erleichterung des Kaisers, der so vermeiden konnte, dem Druck der Offiziere nachzugeben. Der Kanzler hatte ihm eine schwierige Entscheidung erspart. Zugleich sorgte er sich jedoch, dass so das Prinzip der Monarchie untergraben werde.[67] Obwohl er die Schuld allein bei der OHL, nicht jedoch bei seiner oder des Kaisers Nachgiebigkeit suchte, behielt er recht.[68] Im Januar 1918 drängten Hindenburg und Ludendorff auf den Rücktritt des langjährigen Chefs des kaiserlichen Zivilkabinetts, Rudolf von Valentini.[69] Hindenburg begründete seine Forderung damit, dass ihm „*als Chef des Generalstabes* die Stimmung *im Volke* nicht gleichgültig sein kann.“[70] Für ihn war Deutschlands Lage durch „die schwächliche, entschlußlose, vor Konflikten zurückweichende Haltung des Herrn von Bethmann“ hervorgerufen worden; sie sei der Grund dafür, „daß die ganze Welt gegen uns in Waffen steht, daß man uns Mißtrauen entgegen bringt.“[71] Obwohl der Kaiser Hindenburgs Ansicht als „Wahnsinn“ bezeichnete, erreichte der Generalfeldmarschall sein Ziel. Valentini trat am 17. Januar zurück, um dem Kaiser die Schwierigkeiten des Regierens zu ersparen.[72] Das nächste Zielobjekt war der Staatssekretär des Auswärtigen Amtes, Richard von Kühlmann. Noch im Januar inszenierte Hindenburg eine Pressekampagne gegen ihn.[73] Diese blieb zwar ohne Wirkung, doch sechs Monate später hatte die OHL Erfolg. Nachdem Kühlmann im Parla-

[65] Für die Manöver gegen Bethmann Hollweg siehe z. B. PYTA, Hindenburg, S. 261–283.
[66] Kommentar des Kaisers am Schreiben Ludendorffs, 12. 7. 1917, BAMA, PH 1/55.
[67] Tagebuchteinträge Müller, 13. und 16. 7. 1917, wiedergegeben in MÜLLER, Regierte, S. 303–306; siehe auch gesammelte Schriftwechsel in BAMA; PH 1/55, insbesondere die Schreiben Hindenburgs und Ludendorffs an Lyncker, 12. 7. 1917, ebd., Bl. 117 f.; BETHMANN HOLLWEG, Betrachtungen 2, S. 47 f.; NEBELIN, Ludendorff, S. 333–342; PYTA, Hindenburg, S. 261–283; ferner Tagebucheintrag Müller, 9. 7. 1917, wiedergegeben in MÜLLER, Regierte, S. 302.
[68] VERHEY, Spirit, S. 151–154; siehe auch BRUENDEL, Vor-Bilder, S. 106.
[69] Tagebucheintrag Müller, 16. 1. 1918, wiedergegeben in MÜLLER, Regierte, S. 344; NEBELIN, Ludendorff, S. 365 f.; PYTA, Hindenburg, S. 312 f.; RITTER, Militarismus, S. 118–131.
[70] Hindenburg an Wilhelm II., 16. 1. 1918, BAMA, PH 1/55, Bl. 138–140, Unterstreichungen von Hand im Original, vermutlich durch den Kaiser. Ebd. auch folgende Zitate.
[71] Tagebucheintrag Müller, 16. 1. 1918, wiedergegeben in MÜLLER, Regierte, S. 344.
[72] Ebd.
[73] PYTA, Hindenburg, S. 312–321.

ment die Forderung der OHL nach einer medialen Offensive so gedeutet hatte, dass diese selbst nicht mehr an einen militärischen Sieg glaubte, erklärten Hindenburg und Ludendorff die Rede über das Kriegspresseamt (KPrA) als schädlich für die Moral der Heimat, woraufhin ihre Unterstützer in den Medien zum offenen Angriff auf Kühlmann ansetzten. Am 9. Juli wurde er vom Kaiser entlassen.[74]

Vor allem das Interesse der Medien hatte Hindenburg zum Helden gemacht. Er und Ludendorff hatten dies mit ihrer Medienarbeit aktiv unterstützt. Ihr Ansehen konnten sie gegenüber der zivilen Regierung und dem Kaiser in politisches Kapital verwandeln und damit ihre Machtpolitik unterstützten. Ihre zivilen Gegner teilten den Glauben der Militärspitzen an die Bedeutung der Medien. Sie schrieben ihnen nicht zuletzt deshalb großen Wert als Hoffnungsträger zu – und wichen zurück,[75] obwohl die Entscheidungen wie im Fall Tirpitz' formell nach wie vor der Kaiser traf. Die allseitige Zuschreibung von Medienwirkungen ließ diese jedoch, im Sinne des Thomas-Theorems,[76] Realität werden. Sie machte die Konflikte um die Medienarbeit so besonders brisant. Dass es den deutschen Regierungen dennoch gelang, die Kontrolle des Militärs über die Institutionen der Medienarbeit herauszufordern, war denn auch zunächst keine bewusst von den Regierungsspitzen herbeigeführte Entwicklung.

Zaghafter Widerstand der Regierungen – Das lange Ringen um die Kontrolle über die militärische Medienarbeit

Vom Amtsantritt der dritten OHL im August 1916 an versuchte diese nicht nur, mithilfe ihrer Medienarbeit Einfluss auf die Regierung zu nehmen, sie bemühte sich auch, die regierungsamtliche Medienarbeit insgesamt unter ihre Kontrolle zu bringen. In dieser für Deutschland typischen Auseinandersetzung um die Institutionen der Medienarbeit spiegelte sich die Vorstellung, über die Medien werde letztlich mithilfe dieser Institutionen schlicht entschieden. Sie ähnelte derjenigen, die Bethmann Hollweg mit Tirpitz ausgefochten hatte. Sie war jedoch drängender, denn die zuvor eher randständige Medienarbeit des Heeres war im Kriegsverlauf massiv ausgebaut worden – und eines ihrer Ziele war es von Beginn ihrer Institutionalisierung an gewesen, das Heer vor zivilen ‚Einmischungen' abzuschirmen. Auch endete sie nicht, als die OHL aufgelöst wurde, sondern zog sich bis weit in die Zeit der Weimarer Republik hinein. Das Ringen um die Kontrolle über die Medienarbeit lässt sich in drei Phasen unterteilen. Zunächst gelang es den zivilen Regierungen mithilfe militärischer Verbündeter, ein Gegengewicht zu

[74] Tagebucheintrag Müller, 27. 6. 1918, wiedergegeben in MÜLLER, Regierte, S. 388 f.; ferner GROENER, Lebenserinnerungen, S. 404 f.; NEBELIN, Ludendorff, S. 429–433; PYTA, Hindenburg, S. 322 f.; RITTER, Militarismus, S. 381–383; STEGMANN, Inlandspropaganda, S. 98–100; VERHEY, Spirit, S. 201 f.

[75] Vgl. auch Pytas Ausführungen zur ‚charismatischen Herrschaft', PYTA, Hindenburg, S. 266–306.

[76] Siehe oben, Kapitel 1, Fußnote 48; beachte auch BÖSCH, Geheimnisse, S. 469; GORMAN und MCLEAN, Media, S. 18.

den Institutionen der OHL für die Medienarbeit zu schaffen. In einem zweiten Schritt etablierten sie eine weitgehende, aber nicht vollständig wirksame Kontrolle über Letztere, die im Zuge der Revolution 1918 ausgebaut werden konnte. In einem dritten Schritt verlor die Regierung das Erreichte jedoch wieder, und das Militär erlangte seinen ‚politischen Hebel' zumindest zeitweise zurück.

Die erste Phase begann im Herbst 1916. Von Anfang an hatte die dritte OHL versucht, die gesamte deutsche Medienarbeit im Namen der ‚nationalen' Kriegsziele (lies: der Siegfriedenspolitik, die Verhandlungen ablehnte und auf einen militärischen Sieg Deutschlands setzte) ihrer Kontrolle zu unterwerfen, was bereits in dem in Kapitel vier gezeigten Ausbau der Institutionen der Medienarbeit zum Ausdruck kam.[77] Bethmann Hollweg, der den Druck der militärischen Medienarbeit kannte, hatte Ludendorffs Wunsch nach einer Zentralstelle stets zurückgewiesen, um seine politische Handlungsfreiheit zu schützen.[78] Gleichwohl legte der Kanzler den Grundstein dafür, dass es den Mitarbeitern seines Nach-Nachfolgers Georg von Hertling gelingen konnte, eine Zentralstelle ohne die OHL zu etablieren: Am 1. November 1916 wechselte Deutelmoser auf Bethmann Hollwegs Wunsch vom KPrA zum Auswärtigen Amt. Ludendorffs Plan, so die Medienarbeit des Amtes kontrollieren zu können, schlug fehl, da Deutelmoser seinen neuen Vorgesetzten gegenüber loyal war.[79] Er brachte zudem seine Erfahrungen in der Medienarbeit mit und drängte auf eine zivile Zentralstelle. Michaelis schuf auch deshalb im September 1917 den Pressechef beim Reichskanzler. Als dieser mit dem Kanzler stürzte, übernahm Deutelmoser das Amt geschäftsführend.[80] Im Frühjahr 1918 wurde seine Position gestärkt, nachdem in der Regierung der Unmut über das Vorgehen der OHL bei Brest-Litowsk angewachsen war.[81] Deutelmoser durfte nun den amtlichen zivilen Pressestellen im Auftrag des Kanzlers Weisungen erteilen und wurde Vorstandsmitglied der neuen Zentralstelle für Heimataufklärung, in der auch das Kriegsministerium, nicht jedoch die OHL vertreten war. Das Gremium sollte laut Deutelmoser die öffentliche Meinung für die Regierungspolitik gewinnen. Ludendorff wollte Abweichungen von der Siegfriedenspolitik der OHL nicht zulassen.[82] Von Kriegsminister Stein forderte er seine

[77] Beispielsweise sei an den Werdegang der ZfA erinnert, die erst zur MAA und später als OHLa Teil der OHL wurde: Creutz, Pressepolitik, S. 150 f., 169; Eisermann, Pressephotographie, S. 49; Stegmann, Inlandspropaganda, S. 78; Vogel, Organisation, S. 29–32, 42 f.; sowie Chef des Generalstabes des Feldheeres, M. I. Nr. 81116, 9. 7. 1918, HSAS, M 30/1 Bü 9.

[78] Vgl. Creutz, Pressepolitik, S. 178, 207; Stegmann, Inlandspropaganda, S. 82 f.; Vogel, Organisation, S. 44–46; für einen weiteren Vorstoß der OHL 1918 siehe Hindenburg an Hertling, 7. 6. 1918, wiedergegeben in Vogel, Organisation, S. 98–102; siehe auch Nicolai, Nachrichtendienst, S. 95; Vogel, Organisation, S. 55–57.

[79] Creutz, Pressepolitik, S. 178–185; Stegmann, Inlandspropaganda, S. 80 f.; zu Hammanns weiterer Aktivität siehe auch Eisermann, Pressephotographie, S. 49.

[80] Schreiben des Reichskanzlers, 9. 9. 1917, BAMA, RM 5/3792, Bl. 45; wiedergegeben in Deist (Hrsg.), Innenpolitik 2, S. 859 f.; Oppelt, Film, S. 106; Stegmann, Inlandspropaganda, S. 85 f.; Vogel, Organisation, S. 48 f.; vgl. auch Schreiben des Presse-Chefs in der Reichskanzlei, 20. 10. 1917, HSAS, E 40/72, Bü 554.

[81] Creutz, Pressepolitik, S. 246–249.

[82] Vgl. Creutz, Pressepolitik, S. 121; Stegmann, Inlandspropaganda, S. 87–89.

Beteiligung: „Wenn die Aufklärung in der Heimat, die längst von den zuständigen Behörden hätte organisiert werden müssen, gerade jetzt im entscheidenden Stadium des Krieges auf eine breitere Grundlage gestellt werden soll, so ist eine Mitarbeit der militärischen Zentralbehörden von ganz besonderem Wert."[83]

Diese Äußerung zeigt einmal mehr die Medienbilder der deutschen Streitkräfte: Im Zentrum der Aufmerksamkeit standen nicht die Medien, sondern die Institutionen der Medienarbeit. In diesem Fall erreichte Ludendorff sein Ziel nicht. Stein erklärte, die Stelle sei als ‚politische' Einrichtung konzipiert. Zudem sei das Militär durch ihn vertreten.[84] Am 12. April bestätigte Vizekanzler Friedrich Payer, dass die neue Stelle unter seiner Leitung die Medien und über sie die Öffentlichkeit von der Regierungspolitik überzeugen solle.[85] Zwar konnte die Regierung die Medienarbeit der OHL nicht kontrollieren, sie hatte aber mit Deutelmosers und Steins Hilfe ein institutionelles Gegengewicht geschaffen, um die eigenen Positionen zu vertreten. Als schließlich angesichts der drohenden Niederlage die Position der OHL im August wankte, konnten die zivilen Stellen ihre eigene Position konsolidieren.

Damit begann die zweite Phase des Ringens um die Kontrolle über die Medienarbeit. Gegenüber einer zurückweichenden OHL konnten sich die zivilen Stellen im endenden Kaiserreich behaupten. Noch im August 1918 wurden Deutelmoser für zivile und Haeften für militärische Fragen gemeinsam dem Auswärtigen Amt unterstellt.[86] Im Kern war damit die militärische Medienarbeit zivil kontrolliert, zugleich aber wurde sie weiter fortgeführt. Dieser Umstand war entscheidend. Ungestellt blieb dabei die von Bethmann Hollweg bereits 1912 formulierte Frage, ob das Militär überhaupt über eigene Stellen für die Medienarbeit verfügen sollte. Im Oktober kam der Vaterländische Unterricht unter zivile Kontrolle, auch wenn für militärische Fragen mit Kriegsminister Generalleutnant Heinrich Scheüch nach wie vor ein Militärvertreter zuständig war. Da Scheüch aber in Abstimmung mit Reichskanzler Prinz Max von Baden agierte und am 15. Oktober 1918 Weisungsrecht gegenüber den lokalen Militärbefehlshabern erhielt, war eine weitgehende zivile Kontrolle über die militärische Medienarbeit etabliert. Vollendet wurde diese ebenfalls noch im Kaiserreich, als sich der Reichskanzler am 21. Oktober jegliche Medienarbeit direkt unterstellte.[87]

Als wenig später der Krieg endete, und mit ihm im Zuge der Revolution auch das Kaiserreich, schien die neue zivile Obrigkeit diese Erfolge ihrer Vorgänger si-

[83] Ludendorff an Kriegsministerium, 26. 3. 1918, wiedergegeben in VOGEL, Organisation, S. 95–98.

[84] Antwort des Kriegsministers, 5. 4. 1918, wiedergegeben in VOGEL, Organisation, S. 95–98. Siehe auch CREUTZ, Pressepolitik, S. 248 f.; STEGMANN, Inlandspropaganda, S. 87–96, 100 f.; VOGEL, Organisation, S. 50–52.

[85] Schreiben Payers, 12. 4. 1918, HSAS, E 40/72 Bü 773.

[86] Der Reichskanzler P. Nr. 682/18, 29. 8. 1918, HSAS, E 40/72 Bü 773; auch in BA, R 43/5130, Bl. 16; HSAD, 11348/3192, Bl. 176; OPPELT, Film, S. 106; RITTER, Militarismus, S. 394–396; STEGMANN, Inlandspropaganda, S. 101; VOGEL, Organisation, S. 57.

[87] BAUER, Pressepolitik, S. 34; BECKER und KRUMEICH, Krieg, S. 93 f.; DEIST, Zensur, S. 155; NICOLAI, Nachrichtendienst, S. 135; STEGMANN, Inlandspropaganda, S. 102 f.; VOGEL, Organisation, S. 59–61.

chern zu können, zumal die entstehende Reichswehr dem Präsidenten und dem Reichswehrminister untergeordnet wurde.[88] Angesichts der militärischen Niederlage hatten die zivilen Stellen die Möglichkeit, die den politischen Vorstellungen der Streitkräftespitzen dienende Medienarbeit weiter zu beschneiden. Sie weiteten ihre Kontrolle aus, als mit dem Rückbau der Streitkräfte infolge des Waffenstillstandes auch deren weitverzweigte Institutionen der Medienarbeit schrumpften. Letztlich wurden damit die Veränderungen fortgeführt, die noch im Kaiserreich begonnen worden waren. Der ‚Systemwechsel' bestärkte die eingeschlagene Richtung ebenso wie das Kriegsende mit seinen Folgen für das Militär. Grundsätzlich Neues trat dabei nicht zu Tage. Scheüch blieb ein Partner der zivilen Stellen beim Rückbau der militärischen Medienarbeit und dem Aufbau ziviler Kontrolle. Am 27. November ließ das Kriegsministerium Teile der Auslandsabteilung der OHL mit Zivilisten besetzen und dem Vollzugsrat des Arbeiter- und Soldatenrates übergeben; der Rest wurde abgebaut.[89] Aus dem Teil, der weiter bestand, entstand eine Werbestelle, die „Aufklärung im Reiche im Sinne der Politik der Reichsregierung" betreiben sollte.[90] Auch das KPrA wurde Ende 1918 aufgelöst:[91] Seine Abteilung Fremde Presse wurde der Pressewarte der Presseabteilung der Reichsregierung zugeschlagen und im August 1923 eingestellt.[92] Die Reste des BuFA wurden ebenfalls geschlossen, da sie als zu teuer galten. Ihre Materialien fielen an die Zentrale für Heimatdienst beziehungsweise das Reichspresseamt.[93] Die Berliner Pressekonferenzen wurden unter dem Pressechef des Reichskanzlers verstetigt. Deutelmoser ließ sich noch im November 1918 beurlauben; 1919 trat ein ziviler Nachfolger seine Position an.[94]

Auch die übrigen deutschen Regierungen unterstellten die Medienarbeit der Streitkräfte ihrer Kontrolle. So untersagte die Badische Volksregierung dem Karlsruher Generalkommando, die Presse in Fragen der Soldatenräte zu beeinflussen, da dies ein politisches Thema sei. Allerdings bat sie im gleichen Zuge um Material zu dieser Angelegenheit, was zeigt, dass die zivilen Stellen für ihre Medienarbeit

[88] Schmidt-Richberg, Generalstäbe, S. 55–59; offiziell entstand die Reichswehr 1921 und existierte bis 1935, zuvor bestand die vorläufige Reichswehr, siehe *Gesetz über die Bildung einer vorläufigen Reichswehr*, 6. 3. 1919, Reichsgesetzblatt 1919, 57, S. 295–296.

[89] Kriegsministerium 821/11.18 Z.3, 27. 11. 1918, BA, R 43 I/2494, Bl. 221 f..

[90] Kriegsministerium 8. 12. 18 Z.3, 18. 12. 1918, BA, R 43 I/2494, Bl. 223; ursprünglich wollte der Vollzugsrat des Arbeiter- und Soldatenrates mit der Stelle sozialistische Ideen und die Internationale im zurückkehrenden deutschen Heer und nachrückenden Besatzungstruppen verbreiten, siehe Vollmacht für den Vollzugsrat, 15. 11. 1918, BA, R 43 I/2494, Bl. 256 und 246; siehe auch Knesebeck, Wahrheit, S. 129–131.

[91] Kriegsministerium 8. 12. 18 Z.3, 18. 12. 1918, BA, R 43 I/2494, Bl. 223.

[92] Kriegsministerium 821/11.18 Z.3, 27. 11. 1918, BA, R 43 I/2494, Bl. 221 f.; die Pressewarte wurde im August 1923 eingestellt, Lau, Pressepolitik, S. 130.

[93] Schreiben Scheidemanns, 27. 1. 1919, BA, R 43 I/2494, Bl. 259, siehe auch Bl. 260; vgl. darüber hinaus Pressemitteilung, 18. 2. 1919, HSA Stuttgart, M 1/3 Bü 532; zum Werdegang der bald Reichszentrale für Heimatdienst genannten Stelle bis zum Aufgehen ihrer Aufgaben im RMVP siehe Bauer, Pressepolitik, S. 48 f.; ferner Wilke, Auslandspropaganda, S. 121.

[94] Bauer, Pressepolitik, S. 53, auch zu weiteren Kontinuitätslinien; Vogel, Organisation, S. 72–79; Walter Zechlin, Pressechef bei Ebert, Hindenburg und Kopf. Erlebnisse eines Pressechefs und Diplomaten, Hannover 1956.

dort, wo sie militärische Themen berührte, auf die Hilfe der Streitkräfte angewiesen blieben.[95] In Württemberg wurde im Februar 1919 die militärische Medienarbeit in der Pressestelle des Kriegsministeriums zentralisiert. Jegliche Nachrichtenausgabe musste vom SPD-Kriegsminister Immanuel Herrmann[96] genehmigt werden.[97] Ab Mai 1919 war die Aufklärungs- und Propaganda-Stelle im Kriegsministerium nur noch für fachliche Fragen und das Anzeigenwesen zuständig. Jede weitere Medienarbeit fiel dem Staatsministerium zu.[98]

Peter Bauer urteilt, dass nach dem Ersten Weltkrieg weitgehend die von Bethmann Hollweg 1912 angestrebten Reformen umgesetzt wurden.[99] Allerdings gelang dies nicht vollständig. Denn bei aller Entschlossenheit, mit der sich die Regierungen die im Zentrum des Konfliktes stehenden Institutionen der Medienarbeit unterstellten, akzeptierten sie, dass das Militär weiterhin über eigene Medienarbeit verfügen müsse. In der Reichswehr übernahm diese Kapitän zur See Hans Humann in einer kleinen Nachrichtenstelle für beide Teilstreitkräfte. Zuerst beim Nachfolger des verbotenen Generalstabs, dem Truppenamt, angesiedelt, wurde die neue Zentralstelle schnell Reichswehrminister Gustav Noske unterstellt.[100] Die militärische Medienarbeit wurde somit in instutitionalisierter Form verstetigt.

Militärische und politische Spitze schienen zwar einträchtig zu kooperieren, etwa bei Versuchen, die Friedensbedingungen über Medienarbeit zu beeinflussen. Entsprechende Initiativen des Militärs im Februar 1920 nannte das Auswärtige Amt „gut u. *jetzt* nötig!“[101] Allerdings spricht einiges dafür, dass diese Eintracht eher eine Folge kurzfristiger gemeinsamer Ziele denn eine Unterordnung der Streitkräfte unter die Regierung war. Dies entsprach den telefonischen Vereinbarungen zwischen Ebert und Groener am 10. November 1918, wonach sich Militär und SPD im Namen der Stabilität des Landes arrangierten.[102] Seine bereits in der Zensur beobachtete Tendenz, ‚nationale‘ Meinungen zu unterstützen, hatte das Militär aber mit dem Ende des Kaiserreichs nicht abgelegt. Tatsächlich beharrte es

[95] Schreiben des Präsidenten, 23. 2. 1919, GLAK, 456 F6/309.

[96] Nach dem Rücktritt des Kriegsministers Generaloberst von Marchtaler am 9. 11. 1918 wurde der Posten zivil besetzt. Für die notwendige Fachkompetenz stand dem Minister aber ab dem 18. 1. 1919 ein aktiver Hauptmann als Stellvertreter zur Seite, Schreiben vom 26. 2. 1919, HSAS, M 1/3 Bü 504.

[97] Schreiben des Kriegsministers 366/19 H, 11. 2. 1919, HSAS, M 1/3 Bü 504; Schreiben des Kriegsministers, 25. 2. 1919, HSAS, M 1/3 Bü 532.

[98] Schreiben vom 14. 5. 1919, HSAS, M 1/3 Bü 504; spätere Fassung: Kriegsministerium 6300/9 A.Pro, 24. 5. 1919, HSAS, M 1/3 Bü 532.

[99] Bauer, Pressepolitik, S. 23–25.

[100] Wedel, Wehrmachtpropaganda 1, S. 5–7; Uziel, Propaganda, S. 44–46; Wohlfeil und Dollinger, Reichswehr, S. 91.

[101] Notiz unter Schreiben Bergmanns Ic 639 geheim, 6. 2. 1920, HSAS, M 390 Bü 63; siehe auch Meier-Welcker, Seeckt, S. 283–285. Zum Medienkrieg siehe unten, Kapitel 6.2.

[102] Wohlfeil und Dollinger, Reichswehr, S. 11–29; ferner Otto-Ernst Schüddekopf (Hrsg.), Das Heer und die Republik. Quellen zur Politik der Reichswehrführung 1918 bis 1933, Hannover 1955, S. 14–29; zur Abstimmung Reinhardts und Noskes auch Heiner Möllers, Reichswehrminister Otto Geßler. Eine Studie zu ‚unpolitischer‘ Militärpolitik in der Weimarer Republik, Frankfurt am Main 1998, S. 19.

infolge der Revolution umso stärker auf seiner politischen Einstellung.[103] Im Mai 1919 hatte Groener auf einer Lagebesprechung geäußert, dass das Militär wiederaufgebaut und ein weiterer ‚Linksrutsch' des Landes verhindert werden müsse.[104] Andere führende Soldaten teilten seine Einschätzung. In der Medienarbeit wurde sie zunächst heimlich vertreten: Nachdem politische Artikel aus den Reihen der Streitkräfte erschienen waren, wies das Ministerium für Militärische Angelegenheiten in Baden das lokale Generalkommando am 3. Juni 1919 an, künftig nur noch offiziell genehmigte Stellungnahmen veröffentlichen zu lassen.[105] Zwar stimmte es vordergründig zu, dies war jedoch ein Lippenbekenntnis. Als der Landesverband aktiver Unteroffiziere protestierte, eine solche Einschränkung der freien Meinungsäußerung sei inakzeptabel, da dies hieße, linke Positionen in der Presse unerwidert zu lassen, pflichtete das Generalkommando bei.[106] Gezielt sollten fortan ehemalige Offiziere dafür gewonnen werden, im Sinne des Militärs die Presse zu beobachten und Leserbriefe zu verfassen.[107]

Eine Sonderrolle nahm das Militär in Bayern ein, wo es nach der kurzen Phase der Münchner Räterepublik faktisch für einige Monate die Macht übernahm. Othmar Plöckinger verweist darauf, dass das Militär hier entgegen der Wünsche der Berliner Reichswehrführung Mitte 1919 nicht gewillt war, mit den zuständigen zivilen Stellen zu kooperieren. Er zeigt ferner, dass die lokalen Kommandeure um eine sehr weit ausdifferenzierte Überwachung mehrerer hundert Zeitungen bemüht waren. Allerdings vermutet er, dass diese Versuche über die Möglichkeiten der Streitkräfte deutlich hinausgingen und demonstriert, dass sich verschiedene Dienststellen aufgrund der unklar verteilten Kompetenzen in ihren Bemühungen immer wieder selbst behinderten. Ab Ende 1919 konzentrierten sich die

[103] Hürter, Heerführer, S. 98 f.

[104] Notizen des Generalmajor a.D. von Eulitz zur Besprechung vom 19./20. 5. 1919, HSAD, 11250/53, Bl. 215–221; siehe auch Stellungnahme Groeners zu Erlass Seeckts, ebd., Bl. 239–242; ferner Denkschrift Groeners ‚Die innere Lage im Grenzschutzbereich und die Bekämpfung des Bolschewismus', 25. 3. 1919, BAMA, N 42/14, wiedergegeben in Heinz Hürten (Hrsg.), Zwischen Revolution und Kapp-Putsch. Militär und Innenpolitik 1918–1920, Düsseldorf 1977, S. 63–70, hier S. 68 f.; Gerhard W. Rakenius, Wilhelm Groener als Erster Generalquartiermeister. Die Politik der Obersten Heeresleitung 1918/19, Boppard am Rhein 1977, S. 174–179. Zum Verbot kommunistischer Schriften siehe Anordnungen aus 1919 und 1920, wiedergegeben in Hürten (Hrsg.), Putsch, S. 256–258, 312.

[105] Ministerium für Militärische Angelegenheiten 959, 3. 6. 1919, GLAK, 456 F6/309.

[106] Siehe Schreiben des Generalstabschefs des Generalkommandos 2678, 7. 7. 1919, GLAK, 456 F6/309 und Beschwerde des Landesverbands aktiver Unteroffiziere an das Generalkommando, 19. 6. 1919, ebd., sowie die Ausführung des Generalkommandos, 3. 7. 1919, ebd. Zur schnell wieder erstarkenden Position der Militärführung nach dem Kriegsende, sichtbar beispielsweise in der Übernahme politischer Verantwortung oder auch der Nicht-Auslieferung führender Streitkräftevertreter für Kriegsverbrecherprozesse Görlitz, Generalstab, S. 174–187; zu Kontinuitäten zwischen Kaiserreich und Republik ferner Gerhard Hirschfeld, Gesellschaftsbilder – Feindbilder, in: Gerhard Hirschfeld, Gerd Krumeich, Dieter Langewiesche und Hans-Peter Ullmann (Hrsg.), Kriegserfahrungen. Studien zur Sozial- und Mentalitätsgeschichte des Ersten Weltkriegs, Essen 1997, S. 336–340, *passim*.

[107] Erlass des preußischen Kriegsministeriums 790.5.19. C1 a V., 12. 6. 1919, BAMA F 5855 Az. F IV b 2, Bd. 2, wiedergegeben in Hürten (Hrsg.), Putsch, S. 140 f.

Streitkräfte in Bayern darauf, die Haltung der eigenen Soldaten mit einer bereits aus der Vorkriegszeit bekannten Methode zu beeinflussen: Ihr Lesestoff wurde kontrolliert.[108]

Das Militär beließ es jedoch nicht dabei. Die Streitkräfte, deren Ansehen und Selbstbewusstsein infolge des verlorenen Krieges am Boden lagen, verstärkten ihre Medienarbeit wieder, als die SPD, mit deren Spitze sie sich arrangiert hatten, die Position des Reichswehrministers verlor. Damit setzte die dritte Phase des Ringens um die Medienarbeit ein.

Nach dem Kapp-Lüttwitz-Putsch vom 13. März 1920 wurde Seeckt, bis dahin Chef des Truppenamtes, zum neuen Chef der Heeresleitung.[109] Er interpretierte die Stellung des Militärs innerhalb des Staates in der Tradition des Kaiserreichs. Seiner Ansicht nach standen die Streitkräfte loyal neben der Regierung, waren ihr aber nicht untergeordnet. Zugleich zog sich die SPD mit Noskes erzwungenem Rücktritt aus der Kontrolle über die Reichswehr zurück.[110] Diese Kombination aus geschwächter Kontrolle einerseits und dem fortgesetzten, in der Militärkultur des Kaiserreichs verankerten Selbstverständnis der Streitkräftespitzen andererseits, unter dem Staatsoberhaupt, nicht jedoch der Regierung zu stehen, bot erneut eine Basis für eine letztlich von der Regierungspolitik gelöste oder gar gegen sie gerichtete militärische Medienarbeit. Verstärkt wurde dieses Potential durch die Politik des neuen Reichswehrministers Otto Geßler. Dieser wollte das Militär angesichts der Kriegsniederlage und inneren Unruhen politisch und medial abschirmen. So sollte das staatliche Machtinstrument in Ruhe in der Lage sein, sich selbst wieder aufzubauen.[111] Mit diesem Schritt, der auf die staatliche Stabilität abzielte, wurde ein Grundmerkmal der deutschen Heeres-Medienarbeit der Kaiserzeit in die Reichswehr überführt: Sie sollte das Ansehen der Streitkräfte wahren und sie vor Kritik abschirmen – damit aber letztlich auch vor ziviler Kontrolle. Mit Hilfe des eigenen zivilen Ministers betrieb die militärische Führung fortan Medienarbeit, die zwar nicht offen gegen die Politik der Regierung gerichtet war, aber deren Kontrolle systematisch unterlief. Im Namen einer geheimen Kriegsvorbereitung erprobte sie gewissermaßen im Schatten einen erneuten Medienkrieg. Der Auslöser dieser ‚Trockenübungen' war eine militärische Krise.

Als 1923 Frankreich das Ruhrgebiet besetzte, hatte die Reichswehr dem militärisch nichts entgegenzusetzen. Gerade jüngere Offiziere innerhalb der Spitzenor-

[108] Plöckinger, Agitatoren, S. 70–77, 105 f., 154, 210, 219–221, 230–232.

[109] Zur Rolle des Putsches in der Reichswehr Kroener, Gesellschaft, S. 18; Möllers, Geßler, S. 21.

[110] Seeckt, 77/24 T.1 III. pers., 31. 1. 1924, an die Oberbefehlshaber der Gruppen 1 und 2, an die Wehrkreisbefehlshaber und die Kommandeure der Kavallerie-Divisionen, BAMA, RW 6/49, Bl. 9; Truppenamt, Vortrag ‚Gedanken über den Krieg der Zukunft', 1925, BAMA, RH 2/417, S. 5 f.; Deist, Kriegführung, S. 396; Johannes Hürter, Wilhelm Groener. Reichswehrminister am Ende der Weimarer Republik (1928–1932), München 1993, S. 37; Meier-Welcker, Seeckt, S. 234 f., 245, 259–261, 268 f.; Möllers, Geßler, S. 28–31; ferner Schüddekopf, Heer, S. 32.

[111] Möllers, Geßler, S. 39–41, 46–60 und 326 f.; siehe auch Rahn, Reichsmarine, S. 248; Walter Schwengler, Marine und Öffentlichkeit, in: MGM 46 (1989), S. 35–59, S. 41; Wohlfeil und Dollinger, Reichswehr, S. 72–74 und 94–97.

ganisation des Militärs, wie der Chef der Heeresabteilung des Truppenamtes, Oberstleutnant Joachim von Stülpnagel, widmeten sich daraufhin dem Konzept eines ‚Volkskrieges'.[112] Dafür sollte die gesamte Bevölkerung wehrfähig und kampfbereit gemacht werden. Da dies unter den Bedingungen des Friedensvertrags ausgeschlossen war, griff das Militär zu geheimen Aufrüstungsprogrammen, die bis in den September von der Regierung unterstützt wurden.[113] Darüber hinaus setzte es als zusätzliche Handlungsoption auf die Medienarbeit, um die Moral der Bevölkerung im Sinne einer ‚nationalen' Einstellung und des militärischen Wiederaufbaus zu beeinflussen.[114] Seeckts Protegé Oberstleutnant Kurt von Schleicher, der im Truppenamt für militärpolitische Fragen zuständig war, entwickelte hierfür ein Konzept.[115] Militärische Fachzeitschriften, aber auch große Tageszeitungen, wurden inoffiziell mit Geld und Material unterstützt.[116] Vom Reichsarchiv aus, in dem die Kriegsgeschichtliche Abteilung des Großen Generalstabs aufgegangen war, versorgte Hauptmann a.D. George Soldan dankbare Medien „aller Richtungen" mit Material. Darin wurde ein militärfreundliches Kriegsbild gezeichnet – was eine Praxis wiederbelebte, die die Regierung erst kurz zuvor unterbunden hatte.[117] Auch die Wiedereröffnung des Sächsischen Armeemuseums war Teil der erneuten Präsenz des Militärs in der öffentlichen Wahrnehmung.[118] Schließlich etablierte der für die geheime Marinerüstung zuständige Leiter der Seetransportabteilung im Allgemeinen Marineamt, Kapitän zur See Walter Lohmann, eine Kooperation mit der Phoebus-Film AG; für die notwendigen Kredite erhielt er Geßlers Unterschrift. Dieser und auch der ab Herbst 1924 neue Chef der Marineleitung, Admiral Hans Zenker, teilten Lohmanns Hoffnung, so das Ansehen der Marine aufbessern zu können, das durch die scheinbare Untätigkeit der Schlachtflotte und die Enttäuschung über die U-Boote im Krieg, die Revolution

[112] MICHAEL GEYER, Aufrüstung oder Sicherheit. Die Reichswehr in der Krise der Machtpolitik 1924–1936, Wiesbaden 1980, S. 97–112; BERNHARD R. KROENER, Mobilmachungsplanungen gegen Recht und Verfassung. Kriegsvorbereitungen in Reichsheer und Wehrmacht 1918 bis 1939, in: Bruno Thoß und Hans-Erich Volkmann (Hrsg.), Erster Weltkrieg, Zweiter Weltkrieg. Ein Vergleich, Paderborn 2002, S. 57–77, hier S. 63–66.

[113] RAHN, Reichsmarine, S. 210–214.

[114] SYWOTTEK, Mobilmachung, S. 15–18; EICHLER, Reichswehr, S. 218–222, mit einer Übersicht über die Themen der Medienarbeit der Reichswehr. Zur Wiederaufrüstung KARL-HEINZ JANSSEN, Politische und militärische Zielvorstellungen der Wehrmachtführung, in: Rolf-Dieter Müller und Hans-Erich Volkmann (Hrsg.), Die Wehrmacht. Mythos und Realität, München 1999, S. 75–84, hier S. 75–77; RAHN, Reichsmarine, S. 210–214.

[115] MEIER-WELCKER, Seeckt, S. 486 f.

[116] Schreiben an Major von Schleicher, 11. 4. 1923, BAMA, RW 6/37; SYWOTTEK, Mobilmachung, S. 17; WOHLFEIL und DOLLINGER, Reichswehr, S. 118. Ebd., S. 116, für familiäre Verbindungen zwischen Offizieren und Zeitungen, namentlich der BERLINER BÖRSENZEITUNG und der Familie Stülpnagels.

[117] Tätigkeitsbericht Soldans, 18. 6. 1924, zitiert nach SYWOTTEK, Mobilmachung, S. 17; WOHLFEIL und DOLLINGER, Reichswehr, S. 120 f. Zu Reichsarchiv und Streitkräften GÖRLITZ, Generalstab, S. 187; zur Arbeit für die Marine siehe SCHWENGLER, Marine, S. 41.

[118] MATTHIAS ROGG, Der historische Ort, in: Gorch Pieken und Matthias Rogg (Hrsg.), Das Militärhistorische Museum der Bundeswehr. Ausstellungsführer, Dresden 2011, S. 6–13, hier S. 9 f.

und den Kapp-Putsch besonders gelitten hatte.[119] Zenker war durch Sergei Eisensteins Film *Panzerkreuzer Potemkin* zu der Ansicht gelangt, dass dieser Medientyp hierfür von großer Bedeutung sei.[120] Bei all dem waren die Streitkräftevertreter mit kleinen Schritten zufrieden, aus denen sie bereits Erfolge in ihrem Sinne ableiteten. Ein Beispiel hierfür ist die Zeitschrift *Kriegskunst in Wort und Bild*, die von der Reichswehr bis in die inhaltliche Arbeit unterstützt wurde. In einem geheimen Bericht („Bitte nach Kenntnisnahme vernichten!") gab die Ausbildungssektion im Truppenamt 1925 an, dass die Anzahl der Abonnenten seit dem Vorjahr von etwa 5000 auf etwa 9000 gestiegen war. Eine weitere Ausweitung sei möglich.[121] Die Steigerung der Abonnentenzahlen war zwar kein Beweis für eine politische Wirkung der Medienarbeit der Streitkräfte, und die Größenordnung wirkt angesichts der Hoffnung auf einen Volkskrieg nahezu irrelevant. Dennoch war das Militär zufrieden.

Für seine Bescheidenheit gab es triftige Gründe: Mit der Medienarbeit, die ihr den Eindruck verlieh, zumindest irgendetwas gegen die eigene, infolge der Friedensbedingungen geschwächte Position unternehmen zu können, unterlief die Militärführung die offizielle Politik der Regierung. Die führenden Soldaten sahen im Kabinett des Zentrumspolitikers Wilhelm Marx keinen Partner für geheime Kriegsvorbereitungen, auch nicht auf der Ebene der Medienarbeit.[122] Daher betrieben sie die Medienarbeit heimlich und beschränkten sich auf die ihnen nach dem Kriegsende verbliebenen Institutionen und Kontakte, die in Form Geßlers nur einer nominellen zivilen Kontrolle unterlagen.[123] Der wichtigste Grund für die Selbstbeschränkung war denn auch nicht die eigene Regierung, sondern mögliche Reaktionen des Auslands:

> „Schliesslich wird erneut darauf hingewiesen, dass unsere Mitarbeit an der Zeitschrift [*Kriegskunst in Wort und Bild*, CG] und vor allem an ihrer Verbreitung ausserhalb des Heeres geheim gehalten werden muss. Es ist dies um so dringlicher, weil die feindlichen Kontrollorgane ihre Aufmerksamkeit dieser Zeitschrift zugewandt haben."[124]

[119] Jost Dülffer, Weimar, Hitler und die Marine. Reichspolitik und Flottenbau 1920–1939, Düsseldorf 1973, S. 90–97; Hürter, Groener, S. 43, 54; Kreimeier, Ufa, S. 199; Möllers, Geßler, S. 345 f.; Rahn, Reichsmarine, S. 37–40, 43 f., 223 f.; Bernd Remmele, Die maritime Geheimrüstung unter Kapitän z. S. Lohmann, in: MGM 56 (1997), S. 313–376, hier S. 358–360; Schwengler, Marine, S. 41 f.

[120] Rahn, Reichsmarine, S. 223 f., gestützt auf BA R 43 I Nr. 605, S. 91 f.

[121] AWA, Geistige Vorbereitung des Volkes, 24. 3. 1925, BAMA, RW 6/37; siehe zum Militärwochenblatt Corum, Blitzkrieg, S. 87 und 127–129; zu Marine-Rundschau und Nauticus siehe Schwengler, Marine, S. 38.

[122] Schreiben NSS, 266/24 II s, 2. 6. 1924, BAMA, RW 6/37 und ‚Denkschrift über die geistige Kriegsvorbereitung des Volkes', 266/24.II.z., ebd. Siehe auch: Truppenamt, Vortrag ‚Gedanken über den Krieg der Zukunft' von 1925, BAMA, RH 2/417, S. 19, 38 f. (laut Deist, Kriegführung, S. 397, zeigte dieser Vortrag die Realitäten der Reichswehr) und ‚Vorschlag zu Alexander 872 U pers.', 18. 5. 1925, wo u. a. heimlich gelenkte Literatur als Einflussweg genannt wird, BAMA, RH 2/417, Bl. 47–55, hier Bl. 55. Ferner Wilhelm Deist, Die Reichswehr und der Krieg der Zukunft, in: MGM 45 (1989), S. 81–92, hier S. 88; Wette, Ideologien, S. 123 f.

[123] Gooch, Armies, S. 195–198; Möllers, Geßler, S. 343 f.; Rahn, Reichsmarine, S. 213 f., 223 f.

[124] AWA, Geistige Vorbereitung des Volkes, 24. 3. 1925, BAMA, RW 6/37.

Es ist bezeichnend, dass die Medienarbeit der Reichswehr helfen sollte, eine Politik zu verfolgen, die an der Kontrolle der deutschen Regierungen vorbeilief – sie aber vor allem die Entdeckung durch die alliierten Kontrolleure fürchtete. Die darin zum Ausdruck kommende, aus dem Kaiserreich bekannte Selbstverortung neben, nicht unter der Politik, schien Mitte der 1920er Jahre ungebrochen. Tatsächlich aber stand das Ende des lang andauernden Ringens um die Kontrolle über die Medienarbeit kurz bevor, da sich die Selbstverortung des Militärs verschob, als die Regierungen zunehmend autoritär und militaristisch, also im Sinne des Militärs ‚nationaler' wurden.

Verzicht auf regierungskritische Medienarbeit – Das deutsche Militär unter militaristischen Regierungen

Der Mitte der 1920er Jahre erreichte Schwebezustand in der Frage der Kontrolle über die militärische Medienarbeit in Deutschland hielt nicht lange an. Es gelang den Präsidenten und Reichswehrministern nach Ebert und Geßler, die militärische Medienarbeit unter zivile Kontrolle zu bringen. Diese Politiker verfolgten eine dem Militär genehme Politik und waren zugleich entschlossen, ihren Kontrollanspruch über die Streitkräfte autoritär durchzusetzen. Gegen diese Kombination leistete das Militär keinen Widerstand. Dieser letzte Abschnitt im Konflikt um die Kontrolle über die militärische Medienarbeit in Deutschland, der erstmals im Kaiserreich sichtbar geworden war und sich seit 1916 als ein langes Ringen zwischen militärischer und ziviler Führung dargestellt hatte, zerfällt in zwei Phasen. In der ersten, bis 1938 andauernden, ordnete sich das Militär der Regierung unter – in den darauffolgenden Jahren blieb ihm keine Wahl.

Von Mitte der 1920er Jahre an wurden in der Reichswehr Stimmen laut, die auf eine Kooperation mit der Regierung drängten. Hierfür setzten sich vor allem jüngere Offiziere wie Schleicher ein, die der Ansicht waren, dass es ohne die Regierung nicht möglich wäre, militärische Stärke zurückzugewinnen.[125] Ihnen gegenüber wurde die Stellung Seeckts als Chef der Heeresleitung von der Wahl Hindenburgs zum Reichspräsidenten 1925 an schwächer.[126] Der neue Präsident unterminierte schon durch sein eigenes Ansehen Seeckts Position, galt er doch vielen als Kaiserersatz.[127] Zudem reduzierte er Seeckts Rolle auf die eines militärischen Ratgebers

[125] WILHELM DEIST, Die Aufrüstung der Wehrmacht, in: ders., Manfred Messerschmidt, Hans-Erich Volkmann und Wolfram Wette (Hrsg.), Ursachen und Voraussetzungen der deutschen Kriegspolitik, Stuttgart 1979, S. 371–532, hier S. 376f.; DEIST, Kriegführung, S. 400f. Siehe auch die Gegenüberstellung der Denkweisen Seeckts und Schleichers bei KROENER, Recht, S. 61–63.

[126] DEIST, Aufrüstung, S. 383–387, 500f.; HÜRTER, Groener, S. 43–45, 54f.; MÖLLERS, Geßler, S. 350f.

[127] Siehe hierzu Denkschrift 12.84/25 G.Kdos, 14. 8. 1925, BAMA, RH 2/417, Bl. 57–62, hier Bl. 58; GÖRLITZ, Generalstab, S. 206f.; HÜRTER, Groener, S. 47f.; PYTA, Hindenburg, S. 769f.; HANS-ERICH VOLKMANN, Von Blomberg zu Keitel. Die Wehrmachtführung und die Demontage des Rechtsstaates, in: Rolf-Dieter Müller und Hans-Erich Volkmann (Hrsg.), Die Wehrmacht. Mythos und Realität, München 1999, S. 47–65, S. 64f.

des Ministers.[128] Politische Fragen besprach Hindenburg direkt mit Geßler oder mit dem Leiter der Politischen Abteilung, Schleicher.[129] Diese Abteilung wurde 1926 Seeckts Kontrolle entzogen und gemeinsam mit der Nachrichtenstelle als Wehrmachtsabteilung dem Reichswehrminister unterstellt.[130] Seeckt beklagte, dass ihm „die unmittelbare Einwirkung nicht nur auf militärpolitische Dinge und Presse, sondern auf alle Fragen [...] die irgendwie das politische Gebiet berühren konnten" entzogen worden sei.[131] Er sah Medienarbeit und politische Entscheidungen als eng verbunden an. Ironischerweise stürzte er im Oktober desselben Jahres über einen selbstverschuldeten Medienskandal: Er hatte dem Prinzen Wilhelm von Preußen erlaubt, an Manövern der Reichswehr im August 1926 teilzunehmen, was zunächst in der süddeutschen, später dann in der Berliner Presse aufgegriffen wurde und für hitzige Debatten sorgte. Der inzwischen zum Generalleutnant beförderte Heye folgte ihm nach.[132] Dieser Führungswechsel an der Heeresspitze war ein wichtiger Schritt in der Unterordnung des Militärs und seiner Medienarbeit unter die Regierung.[133] Es war jedoch ein Machtwechsel an der zivilen Spitze der Reichswehr, der diese Veränderung nachhaltig durchsetzte.

Ähnlich wie Seeckt stürzte auch Geßler über einen Medienskandal. Die Phoebus-Film AG geriet 1927 in wirtschaftliche Schwierigkeiten. Im Zusammenhang mit einem Übernahmeversuch des Ullstein-Verlags deckte ihr ehemaliger Direktor, Sally Isenberg, in diesem Kontext die Beteiligung der Reichswehr an dem Filmunternehmen auf.[134] Am 8. August erschien ein entsprechender Artikel im *Berliner Tageblatt.*[135] Eine regierungsamtliche Untersuchung folgte und förderte Lohmanns weitverzweigtes Netz von Krediten, Beteiligungen und Scheinfirmen im Namen der Geheimrüstung zu Tage. Der Skandal war perfekt. Lohmann wurde erst suspendiert, im März 1928 dann entlassen. Geßler, sowieso amtsmüde, trat bereits im Januar zurück.[136] Sein Nachfolger wurde Groener, womit die letzte OHL als Reichspräsident und Reichswehrminister wieder an der Spitze des deutschen Militärs stand, diesmal in zivil.

Groeners Amtsantritt veränderte das Verhältnis zwischen politischer und militärischer Spitze nachhaltig, hin zur Kooperation mit der Regierung – und letztlich (wieder) gegen das Parlament. Er erklärte, weitere Eigenmächtigkeiten im Stile

[128] Schmidt-Richberg, Generalstäbe, S. 60f.
[129] Möllers, Geßler, S. 305–312; siehe auch Pyta, Hindenburg, S. 513–518.
[130] Möllers, Geßler, S. 311f.; Schwengler, Marine, S. 38f.; Uziel, Propaganda, S. 46.
[131] Zitiert nach Meier-Welcker, Seeckt, S. 486f.
[132] Ebd., S. 501–519; Möllers, Geßler, S. 319–322. Ferner, auch zu Geßlers Unzufriedenheit damit, vor dem Parlament für Aktionen Seecks kritisiert zu werden, Görlitz, Generalstab, S. 208–211.
[133] Deist, Aufrüstung, S. 377–379; beachte auch Corum, Blitzkrieg, S. 173–176.
[134] Rahn, Reichsmarine, S. 224, gestützt auf den vorläufigen Bericht des Präsidenten des Rechnungshofs Saemisch über die Subventionierung der Phöbus-Film A.G., 10. 11. 1927, S. 12ff., BA, Nachlass Saemisch Nr. 175; Remmele, Lohmann, S. 317f.
[135] Hürter, Groener, S. 54f.
[136] Rahn, Reichsmarine, S. 224.

Lohmanns nicht zu dulden. Vor den Augen des Parlaments wickelte er die erfolglosen Projekte des Offiziers ab. Diejenigen aber, die ihm sinnvoll für die Reichswehr schienen, erhielten neue Tarnungen und liefen weiter. Groener war nicht darauf aus, die Geheimrüstung einzustellen, er wollte sie nach seinen Vorstellungen gestalten und Skandale vermeiden. Daher informierte er das Kabinett über die Projekte und sicherte sich dessen Rückhalt; auch der Haushaltsausschuss im Reichstag unterstützte ihn. Das Auswärtige Amt versorgte Groener sogar mit passenden Ausflüchten für ausländische Nachfragen.[137] Zudem weitete er die ministerielle Kontrolle über die militärische Medienarbeit aus.[138] Schließlich gelang es ihm, die ab Mai 1928 amtierende Regierung des SPD-Kanzlers Hermann Müller gegen die eigene Fraktion einzunehmen: Im Sommer 1927 hatte sich die Marineleitung entschlossen, anstehende Schiffsneubauten so zu gestalten, dass sie das seit 1922 bestehende Washingtoner Flottenabkommen stören sollten, um so Deutschlands Einbindung in das internationale Vertragswerk zu erzwingen. Ohne zu wissen, dass die Marineleitung darüber hinaus mit dem Bau hochseefähiger Schiffe an der tirpitzschen Idee der ‚Weltgeltung' festhalten wollte, wie sie noch nach des Admirals Rücktritt im Ersten Weltkrieg formuliert worden war, stellte sich Groener in Absprache mit dem Auswärtigen Amt im Juni 1928 hinter das Konzept. Der Haushalt sah den Baubeginn des ersten Schiffes ab September vor. Zwar hatte die SPD mit der Forderung „Kinderspeisung statt Panzerkreuzer" Wahlkampf betrieben, doch konnte Groener Anfang August gemeinsam mit dem Auswärtigen Amt Müller auf seine Seite ziehen, der um den Bestand seines Kabinetts fürchtete.[139]

Die Fraktion der SPD beantragte dennoch einen Baustopp, schon um ihre Glaubwürdigkeit zu wahren.[140] Hiergegen wollte Zenker sofort mithilfe der Medien vorgehen. Mit zahlreichen Informationen wollte er die Notwendigkeit der geplanten Schiffe belegen – nicht nur des einen, zur Debatte stehenden, sondern des gesamten gewünschten Bauprogramms. Groener und Schleicher verhinderten dies. Schleicher meinte, es sei im aktuellen öffentlichen „Getöse" nicht möglich, „sachlich aufklärend wirken zu wollen".[141] Groener betonte gegenüber Zenker, dass allein er Militärpolitik und Medienarbeit leite – und er wollte die Beziehung zur SPD vorerst nicht zusätzlich belasten. Erst kurz vor der Abstimmung über den SPD-Antrag am 16. November 1928 ließ er Reichswehrministerium und Marineleitung ihre Kampagne für die Panzerschiffe beginnen.[142] Die SPD blieb zwar bei ihrer ablehnenden Haltung, doch ihr Antrag scheiterte. Die Mehrheit der Par-

137 Ebd., S. 224–226, 228, 230.

138 Hürter, Groener, S. 16–20, 52 f., 55–61, 92–94; Rahn, Reichsmarine, S. 224 f.

139 Rahn, Reichsmarine, S. 233–237, 243, Zitat S. 237.

140 Ebd., S. 237.

141 Schleicher an Groener, 18. 8. 1928, wiedergegeben in Gordon A. Craig, Briefe Schleichers an Groener, in: Die Welt als Geschichte 11 (1951), S. 122–133, hier S. 123 f.; Schleicher an Groener, 25. 8. 1928, wiedergegeben ebd., S. 124 f.

142 Dülffer, Marine, S. 111–113; Geyer, Aufrüstung, S. 199–207; Hürter, Groener, S. 71 f., 99–101; Uziel, Propaganda, S. 46 f. Zu Groeners Primat auch Deist, Aufrüstung, S. 383–387; Deist, Zukunft, S. 88 f.; Rahn, Reichsmarine, S. 237–239.

teien akzeptierte sogar die Notwendigkeit eines umfassenderen Bauprogramms, das der Reichstag dann 1931 verabschiedete und das der Marine die Option bot, künftig wieder auf den Weltmeeren zu operieren.[143] Diese symbolische Rückkehr zur weltpolitischen Dimension der kaiserlichen Seestreitkräfte ging zwar über Groeners Absichten hinaus, aber der Minister hatte im Vorfeld seinen Anspruch auf die Kontrolle der militärischen Medienarbeit durchgesetzt. Auch Zenkers Nachfolger Raeder war bereit, die Unterordnung unter den Minister auch in Sachen Medienarbeit zu akzeptieren – im Grunde so, wie er es aus dem tirpitzschen Nachrichtenbüro kannte. Noch vor seiner Ernennung versicherte er sich, ob seine Rolle im Kapp-Putsch nicht ein zu großes Risiko für das von Groener für wichtig erachtete Ansehen der Streitkräfte wäre.[144]

Auch gegenüber dem Heer setzte Groener seinen politischen und medienstrategischen Führungsanspruch durch.[145] Als Heye protestierte, weil Schleicher das aus der Wehrmachtsabteilung hervorgegangene Ministeramt unterstellt wurde, wurde er im November 1930 durch Hammerstein-Equord ersetzt, der ein distanziertes Verhältnis zur Medienarbeit pflegte.[146] Bis in die praktische Arbeit mit den Medien hinein sicherte Groener seinen Einfluss: Nach einem unerwünschten Artikel in der *Kreuzzeitung* kritisierte er den Leiter der Nachrichtenstelle, Oberstleutnant Karl Ludwig von Oertzen, so scharf, dass dieser sein Amt niederlegte.[147] Sein Nachfolger wurde 1929 der spätere General und damalige Major Erich Marcks, mit dessen skandalfreier Routinearbeit Groener offenbar zufrieden war.[148]

Die Medienarbeit der Reichswehr stand also ab Ende der 1920er Jahre unter der Kontrolle der Regierung. Einer Regierung allerdings, die letztlich vom Militär begrüßt wurde, da ihre Militärpolitik den Streitkräften zusagte, und durch Hindenburg, Groener und auch Schleicher autoritär gegen Kritiker im Parlament durchgesetzt wurde – insbesondere mit den Präsidialkabinetten ab 1930.[149] Die Regierungen bauten die Streitkräfte aus, die zunehmend mediale Aufmerksamkeit erhielten.[150] Zwar wurde Groener im April 1932 wegen seiner kritischen Haltung

143 Rahn, Reichsmarine, S. 243 f.; siehe auch Hürter, Groener, S. 72–79.

144 Materialsammlung mit Stellungnahme des Reichswehrministers, 29. 9. 1928, BAMA, RM 6/15, Bl. 31–37; siehe auch Tirpitz an Raeder, 8. 10. 1928, BAMA, N 253/261, Bl. 25. Zu Raeders Haltung zu den Panzerschiffen siehe Erich Raeder, Von 1935 bis Spandau 1955 (Mein Leben, Bd. 2), Tübingen 1957, S. 14–16.

145 Hürter, Groener, S. 72–79.

146 Ebd., S. 82–90; Hans Magnus Enzensberger, Hammerstein oder der Eigensinn. Eine deutsche Geschichte, Frankfurt am Main 2008, S. 87–89. Vgl. auch Görlitz, Generalstab, S. 214, wo Altersgründe für Heyes Entlassung angeführt werden; siehe des Weiteren Wohlfeil und Dollinger, Reichswehr, S. 90.

147 Hürter, Groener, S. 203, gestützt auf Oertzen an Schleicher, 15. 3. 1929, BAMA, N 42/20, Bl. 101.

148 Peter Fuchs, Marcks, Erich, in: Neue Deutsche Biographie 16 (1990), S. 125 [Onlinefassung]; URL: http://www.deutsche-biographie.de/pnd118730924.html (zuletzt geprüft am 12. 10. 2014); Wedel, Wehrmachtpropaganda 1, S. 5–7; vgl. Uziel, Propaganda, S. 44–48.

149 Das Militär begrüßte diese, siehe Hürter, Heerführer, S. 110 f.; Schüddekopf, Heer, S. 248.

150 Wette sieht eine Zunahme militärischer Medieninhalte ab 1929/30, Wette, Ideologien, S. 27 f., 95 f., 123 f.; ferner Geyer, Aufrüstung, S. 235.

zur NSDAP von Hindenburg und Schleicher gestürzt, allerdings trat Schleicher aus der Reichswehr aus, Groeners Nachfolge an und setzte dessen militärfreundliche Politik fort.[151] Er verschmolz zudem die Medienarbeit des Militärs und diejenige der Regierungen, was für erstere einen wichtigen Auftrieb bedeutete. Im Juli verschaffte er den Streitkräften Zugriff auf die Pressestelle des Preußischen Staatsministeriums, und im August wurde Marcks Reichspressechef. Militärische Interessen wurden zum Inhalt der Reichszentrale für Heimatdienst und der neuen Volksdienst GmbH.[152] Schleicher, der kurzfristig auch das Amt des Reichskanzlers innehatte, wollte die Medienarbeit der Streitkräfte zentral „den jeweiligen politischen Notwendigkeiten anpassen" können, während ihre Umsetzung weiterhin dezentral erfolgte.[153]

Auch die neue NS-Regierung setzte die Arbeit Groeners und Schleichers fort. Sie erweiterte einerseits die dem Militär genehme Aufrüstung und festigte andererseits ihren (längst nicht immer durchgesetzten) Lenkungsanspruch über die Medien, die ganz im Sinne des starken Staatsverständnisses bis ins Detail kontrolliert und für die Politik nutzbar gemacht werden sollten. In diesem Zusammenhang sicherte sie auch ihre Kontrolle über die Medienstrategien des Militärs.[154] Werner von Blomberg, den Hindenburg verfassungswidrig zwei Stunden vor Hitlers Vereidigung am 30. Januar 1933 zum Reichswehrminister ernannt hatte, erreichte eine symbolische Rückkehr des Militärs zu der Machtfülle, die die Streitkräfte im Kaiserreich genossen hatten: Im Mai 1933 durfte er als Minister in den aktiven Dienst als General zurückkehren. Die politische Spitze der Streitkräfte wurde somit ‚remilitarisiert'.[155] Zugleich ordneten sich die Streitkräfte jedoch mitsamt ihrer Medienarbeit der NS-Regierung weiter unter.[156] Bereits im April 1933 betonte Blomberg, das Militär habe immer Deutschland im Ganzen gedient und müsse daher nun zeigen, „daß [es] mit der nationalen Bewegung mitgeht", Hitlers Politik unterstütze.[157] Für Major (später General) Hermann Foertsch, den neuen Leiter der Medienarbeit der Reichswehr,[158] entsprachen die politischen Ziele der NSDAP denen des Militärs. Letzteres sei nie „unpolitisch" gewesen.

[151] Zum Ablauf des Konflikts Hürter, Groener, S. 279–282, 325–327, 336–351; Radioansprache, 26. 7. 1932, BAMA, RH 12/5 v. 43, Bl. 17; Stellungnahme Schleichers zu Vorwärts vom 14. 5. 1932 am 16. 6. 1932, BA, R 43 I/688, Bl. 430 f.

[152] Eichler, Reichswehr, S. 243–246.

[153] M.A. 340/WIII, 19. 1. 1933, BAMA, RH 12/5 v. 43, Bl. 23.

[154] Siehe Faulstich, Mediengeschichte, S. 144 f., 184 f., 187, 192 f.; Zimmermann, Medien, S. 85–90. Zur fortgesetzten Geheimrüstung Janssen, Zielvorstellungen, S. 79 f.

[155] Volkmann, Demontage, S. 50, 56 f.; Helmuth Rönnefarth, Blomberg, Werner Eduard Fritz Freiherr von, in: Neue Deutsche Biographie 2 (1955), S. 313 f. [Onlinefassung]; URL: http://www.deutsche-biographie.de/pnd11865909X.html (zuletzt geprüft am 13. 7. 2012). Siehe auch, zum Bruch der Freundschaft zwischen Hindenburg und Schleicher, Pyta, Hindenburg, S. 566–569.

[156] Zum Bündnis zwischen Militärführung und Hitler bei dessen Antrittsbesuch im Ministerium am 3. 2. 1933 Janssen, Zielvorstellungen, S. 81; Volkmann, Demontage, S. 51–53.

[157] Reichswehrminister 2196.33 W I a, 11. 4. 1933, BAMA, RH 12/5 v. 43, Bl. 40; ferner Volkmann, Demontage, S. 54–56.

[158] Wedel, Wehrmachtpropaganda 1, S. 7.

„Die Wehrmacht war wohl überparteilich und muss es auch bleiben; unpolitisch war sie nie. Wenn wir letzteres früher behaupteten, dann war das erfolgreiche *Taktik.*“[159]

Obwohl die Streitkräfte ihre Position unter der Regierung nun hinnahmen, wollten sie einen Aspekt der NS-Herrschaft nicht akzeptieren: die Rolle der SA als ‚politische Soldaten‘ der NSDAP.[160] Die Medienarbeit sollte helfen, „das Reichsheer als den berufenen Träger der Wehrhaftigkeit“ in Deutschland gegen die Ansprüche der SA zu behaupten.[161] Die Kampagne bestätigte allerdings die Unterordnung der Streitkräfte unter die Regierung und spielte Letzterer sogar in die Hände. Auf Blombergs Weisung hin positionierte sich die Wehrmacht „im öffentlichen Leben mehr als bisher [...] als alleiniger Waffenträger der Nation, als im Sinne der Regierung Hitler absolut zuverlässig, als im nationalsozialistischen Denken planmäßig erzogen.“[162] Die lokalen Medienspezialisten des Militärs wies er an, gegen mediale Darstellungen vorzugehen, in denen die SA als militärische Einheit erschien.[163] Zudem war es Aufgabe der in jedem Wehrkreiskommando vorhandenen „Offizier[e] für die Propaganda“, deren Etat erhöht wurde, darauf zu achten, dass Generale und Admirale in den Medien präsent waren. In den Worten Major Foertschs: „*Die Führer haben die Pflicht, populär zu sein.*“[164] Während sich die Streitkräfte in diesem „Loyalitätswettlauf“[165] von der SA unter Ernst Röhm abgrenzten, näherten sie sich der NS-Regierung und Hitler weiter an. So wollten sie ihre Verlässlichkeit demonstrieren und Röhms Idee einer Kontrolle der Streitkräfte durch die SA in Hitlers Augen unnötig machen. Ein Beispiel hierfür ist die von Blomberg in den Streitkräften umgesetzte NS-Rassenpolitik.[166] Auch eine Kampagne „gegen den Kommunismus“ fiel in diesen Zusammenhang. Der neue Chef des Ministeramts, Generalmajor Walter von Reichenau, startete sie im November 1933 in „Presse, Bild und Rundfunk.“[167] Der Konflikt mit der SA endete im Juni 1934

[159] Vortragstext Foertschs bei einer Besprechung am 17.4.1934, BAMA, RW 6/56, Bl. 48–52, Zitat S. 3, Hervorhebung im Original; vgl. auch Uziel, Propaganda, S. 51 f.

[160] So die Charakterisierung der SA bei Becker und Krumeich, Krieg, S. 316.

[161] W Nr. 3059/33 WIIIc, 20.5.1933, BAMA, RH 12/5 v. 43, Bl. 50.

[162] Anordnung Blombergs, 21.4.1934 über Intensivierung und Akzentuierung der Wehrmachtspropaganda, MGFA/DZ: H 24/6, wiedergegeben in Klaus-Jürgen Müller, Das Heer und Hitler. Armee und nationalsozialistisches Regime 1933–1940, Stuttgart ²1988, S. 603; ferner Hans-Ulrich Thamer, Die Erosion einer Säule. Wehrmacht und NSDAP, in: Rolf-Dieter Müller und Hans-Erich Volkmann (Hrsg.), Die Wehrmacht. Mythos und Realität, München 1999, S. 420–435, hier S. 420.

[163] Anlage an Schreiben des RMVP, 20.7.1934, BAMA, RH 1/13a, Bl. 160.

[164] Vortragstext Major Foertschs von Besprechung am 17.4.1934, BAMA, RW 6/56, Bl. 48–52, Zitat S. 5, Hervorhebung im Original; Hasso von Wedel behauptete später, vor seinem Dienstantritt sei die Spitze des Heeres nicht an Medienarbeit interessiert gewesen, Wedel, Wehrmachtpropaganda 1, S. 13.

[165] Schwengler, Marine, S. 46.

[166] Volkmann, Demontage, S. 57 f.

[167] ‚Richtlinien für die Wehrpropaganda‘, 21.11.1933, Reichswehrminister 638/33 W III geh., BAMA, RH 1/13b, Bl. 23; zur Weitergabe des Befehls ‚nach unten‘ siehe Wehrkreiskommando VII, 1.r.Ic, 2965 g, 23.12.1933, BAMA, RH 53/7/8, Bl. 254; Sywottek, Mobilmachung, S. 55, 108.

mit der Ermordung Röhms.[168] Hitler sicherte damit seine Machtposition.[169] Für das Militär war dies kaum vorteilhaft. Die kasernierte SS entstand einen Monat später, was in den Streitkräften als Misstrauensbeweis seitens der NS-Führung verstanden wurde.[170] Dennoch akzeptierte das Militär deren Führungsanspruch, während sich die Medien zunehmend für die Streitkräfte interessierten.[171] Ein Wunsch nach regierungsunabhängiger Medienarbeit bestand angesichts der Politik der Regierung Hitlers offenbar nicht mehr. Trotz einiger auch heftiger Auseinandersetzungen, gerade mit Goebbels' Reichsministerium für Volksaufklärung und Propaganda (RMVP), kam ein solcher Wunsch auch bis zum Ende des Zweiten Weltkriegs nicht wieder auf – und hätte sich gegen die zunehmende Dominanz der NS-Regierung auch kaum mehr durchsetzen können.

Die politische Unterordnung der Wehrmacht unter die zivile Regierung, die durch Groener 1928 eingeleitet worden war, wurde zwar nicht 1933, aber mit der Absetzung Blombergs und des Oberbefehlshabers des Heeres (OBdH), Generaloberst Werner von Fritsch, 1938 zementiert. Hiernach wurde das Kriegsministerium zum Oberkommando der Wehrmacht reduziert, praktisch zu einem persönlichen Stab Hitlers unter dem ihm ergebenen General Wilhelm Keitel und Alfred Jodl; auch der neue OBdH, Generaloberst Walther von Brauchitsch, war Hitler treu.[172] Die Unterordnung des Militärs wird in der Übernahme des ‚Führerprinzips' verdeutlicht, wonach beispielsweise ein Generalstabsoffizier 1939 nurmehr als ein „gewissenhafter Vollstrecker der Entschlüsse und Befehle seines Führers" verstanden wurde.[173] Mit der Übernahme des Oberbefehls durch Hitler im Dezember 1941 und der Einführung der Nationalsozialistischen Führungsoffiziere 1944 war die ‚Erosion einer Säule' des deutschen Staates vollendet.[174] Das deut-

[168] VOLKMANN, Demontage, S. 57–59.

[169] KARL VOLKER NEUGEBAUER, Vom eigenständigen Machtfaktor zum Instrument Hitlers – Militärgeschichte im ‚Dritten Reich' 1933 bis 1939, in: ders. (Hrsg.), Das Zeitalter der Weltkriege 1914 bis 1945. Völker in Waffen (Grundkurs deutsche Militärgeschichte, Bd. 2), München 2007, S. 198–295, hier S. 208.

[170] MESSERSCHMIDT, Wehrmacht, S. 93, ferner 102 f.; VOLKMANN, Demontage, S. 58 f.; vgl. auch HANS MOMMSEN, Militär und zivile Militarisierung in Deutschland 1914 bis 1938, in: Ute Frevert (Hrsg.), Militär und Gesellschaft im 19. und 20. Jahrhundert, Stuttgart 1997, S. 265–276, hier S. 274–276; UZIEL, Propaganda, S. 54.

[171] Das Ministeramt stellte bereits im März 1933 gestiegene Anfragen nach Material zu militärischen Themen fest, vor allem in Form von Vortragstexten, 1340/33 WIIIb, 7. 3. 1933, BAMA, RH 12/5 v. 43, Bl. 27.

[172] DEIST, Aufrüstung, S. 506–512; THAMER, Erosion, S. 429; VOLKMANN, Demontage, S. 61. Seine Unterordnung unter die Politik galt auch im Militär als Lehre aus dem Ersten Weltkrieg, siehe z. B. Winterarbeit des Korvettenkapitäns Roll, 15. 3. 1938, BAMA, RM 7/1104, *passim*. Unbenommen bleibt dabei, dass zwischen dem OKW und insbesondere dem Generalstab des Heeres bis zuletzt Konflikte um die Führung des deutschen Militärs ausgefochten wurden. Siehe GÖRLITZ, Generalstab, S. 230 f., 241–248, 264 f.; KLAUS-JÜRGEN MÜLLER, Generaloberst Ludwig Beck. Eine Biographie, Paderborn ²2009, S. 129.

[173] Handbuch für den Generalstabsdienst im Krieg von 1939, zitiert bei DETLEF BALD, Der deutsche Generalstab 1859–1939. Reform und Restauration in Ausbildung und Bildung, München 1977, S. 92; vgl. GÖRLITZ, Generalstab, S. 278 f.

[174] THAMER, Erosion, S. 423 f.; siehe auch DEIST, Aufrüstung, S. 512, 532; DEIST, Kriegführung, S. 429; ders., Das Militär an der ‚Heimatfront' 1914 bis 1918 und 1939 bis 1945, in: Bruno

sche Militär hatte aufgehört, neben der Regierung zu stehen, es war zum „Instrument der Politik" geworden, wie Hitler gegenüber General Ludwig Beck äußerte.[175]

Diese Veränderung zeigte sich bereits vor dem Krieg auch in der Medienarbeit. Wenn man so will, könnte man die Medienarbeit als eine Art Lackmustest für das Verhältnis von Militärführung und Regierung im allgemeinen verstehen; und da das deutsche Militär die zunehmend ‚nationalen' Regierungen seit den späten 1920er Jahren tendenziell begrüßte, nahmen auch Konflikte um die Medienarbeit ab. Zwar sparten die führenden Medienspezialisten beider Seiten, Goebbels und der spätere Generalmajor Hasso von Wedel, nicht mit Kritik am Gegenüber. Wedel, seit Februar 1938 Leiter der Medienarbeit der Wehrmacht in der Abteilung für Wehrmachtpropaganda (WPr),[176] sprach später von einem permanenten „kalten Krieg" mit dem RMVP,[177] während Goebbels der WPr vorwarf, von „Propaganda im allgemeinen so viel wie eine Kuh von der Strahlenforschung" zu verstehen.[178] Doch unabhängig von allen gegenseitigen Vorwürfen arbeiteten beide Seiten zusammen.[179] Die Streitkräftevertreter sahen es nicht gern, dass Goebbels

Thoß und Hans-Erich Volkmann (Hrsg.), Erster Weltkrieg, Zweiter Weltkrieg. Ein Vergleich, Paderborn 2002, S. 375–389, hier S. 385 f.; Görlitz, Generalstab, S. 260–263, 278 f.; Kroener, Recht, S. 77; Gerd Krumeich, Einführende Bemerkungen, in: Bruno Thoß und Hans-Erich Volkmann (Hrsg.), Erster Weltkrieg, Zweiter Weltkrieg. Ein Vergleich, Paderborn 2002, S. 369–374, hier S. 369. Vgl. zur Übernahme des NS-Gedankenguts auf Befehl Blombergs am 30. 1. 1936, Rolf-Dieter Müller, Hitlers Wehrmacht 1935–1945, München 2012, S. 40; zum Ersetzen Halders durch Kurt Zeitzler, Gerd R. Ueberschär, Generaloberst Franz Halder. Generalstabschef, Gegner und Gefangener Hitlers, Göttingen 1991, S. 76.

175 Sommerfeldt, OKW, S. 18; siehe auch Kroener, Gesellschaft, S. 32; Mommsen gibt zu bedenken, dass es sich eher um eine Unterordnung unter die Partei als unter die Politik handelte, Mommsen, Militär, S. 274.

176 Wedel, Wehrmachtpropaganda 1, S. 7.

177 Hasso von Wedel, Die Wehrmachtpropaganda 1939/1945, Teil 2. Die Propagandatruppe. Entwurf von 1958, BAMA, RW 4/157, S. 77; Goebbels argumentierte 1937 und 1943, die Streitkräfte dürften keine eigene Medienarbeit betreiben, da sie so zum Staat im Staate werden könne, Moll, Wehrmachtpropaganda, S. 111; ferner für Goebbels Hans-Leo Martin, Unser Mann bei Goebbels. Verbindungsoffizier des Oberkommandos der Wehrmacht beim Reichspropagandaminister 1940–1944, Neckargemünd 1973, S. 7 f.; Messerschmidt, Wehrmacht, S. 244; Murawski, Wehrmachtbericht, S. 137 f., 140 f.; als Beispiel aus seinen Tagebüchern siehe Klage über unfähige Personen in der Streitkräfte-Medienarbeit, 14. 2. 1943, Elke Fröhlich (Hrsg.), Diktate 1941–1945 (Die Tagebücher von Joseph Goebbels, Teil II), München 1996, S. 342 f. (für Hinweise auf relevante Passagen in den Goebbels-Tagebüchern danke ich Ute Daniel). WPr klagte über Goebbels' Angeberei, Notizen der Abteilung WPr V (die Heeres-Abteilung der WPr), 17. 1. 1940, BAMA, RH 1/58, Bl. 150–153. Vorstellungen einer manipulierbaren ‚Masse' waren aber auch bei britischen Medienexperten verbreitet, Anthony Adamthwaite, The British Government and the Media, 1937–1938, in: JCH 18 (1983), S. 281–297, hier S. 292 f.

178 Tagebucheintrag Goebbels', 3. 6. 1943, Fröhlich (Hrsg.), Goebbels 2, S. 412.

179 Das lässt sich schon Goebbels' Tagebüchern entnehmen, siehe Eintrag vom 8. 5. 1942, Fröhlich (Hrsg.), Goebbels 2, S. 259; siehe auch Rathke, Oberkommando, S. 6 f.; Rutz, Signal, S. 41 f.; ferner OKW WFA/W Pr. Nr. 1496/39 geh., 6. 9. 1939, BAMA, RH 1/81; Herzstein, Campaign, S. 116 f., 120; Moll, Wehrmachtpropaganda, S. 114, 132; Schmidt, Maler, S. 638; Sywottek, Mobilmachung, S. 41; Uziel, Blick, S. 315 f., 319; Uziel, Propaganda, S. 18; Wette, Ideologien, S. 123 f., 126–128. Zum Verhältnis zwischen WPr und Auswärtigem Amt OKW

als „Div.Kdeur [Divisionskommandeur, CG] der ganzen Presse" fungierte und sie auch in Militärfragen leitete. Doch da Hitler diese Machtverteilung persönlich bestätigt hatte, akzeptierten sie sie.[180] Immerhin galt der Einfluss des Reichskriegsministeriums auf die Medien als „durchaus gefestigt."[181] Vor allem aber verfolgte die NS-Regierung militärpolitische Ziele, die die Wehrmacht teilte, was auch in der von Hitler im Oktober 1938 angeordneten „Durchführung einer großzügigen Wehrpropaganda" zum Ausdruck kam.[182]

Der latente Konkurrenzzustand der Medienspezialisten bei praktischer Zusammenarbeit blieb im Zweiten Weltkrieg erhalten. Goebbels bemühte sich weiterhin, die Medienarbeit der Streitkräfte unter seine Kontrolle zu bringen, scheiterte damit jedoch.[183] Jodl erreichte im Februar 1941 sogar Hitlers Versicherung, dass allein das OKW in Fragen der Zensur und Propaganda für die Streitkräfte spreche.[184] Die Streitkräftevertreter ihrerseits kritisierten oft genug Goebbels' Stil, vor allem überzogene Erfolgsmeldungen in der ersten Kriegshälfte.[185] Dennoch arbeiteten WPr und RMVP routiniert zusammen.[186] Auch mit dem Auswärtigen Amt kooperierten die Medienspezialisten der Wehrmacht.[187] Wedel betonte in seinen Erinnerungen, dass er immer akzeptiert habe, dass Hitler und Goebbels den Rahmen für die Propaganda vorgaben, innerhalb dessen die Medienarbeit der Wehrmacht ihre Interessen vertrat – womit er freilich zugleich die entsprechende Verantwortung von sich wies.[188]

Doch auch die Spitzen der Wehrmacht betrieben keine gegen die Regierung gerichtete Medienarbeit. Der Generalstabschef des Heeres General Franz Halder

250/40 g WFA / WPr, 15. 1. 1940, BAMA, RW 4/242b, Bl. 128–130; sowie PETER LONGERICH, Propagandisten im Krieg. Die Presseabteilung des Auswärtigen Amtes unter Ribbentrop, München 1987, *passim*; RUTZ, Signal, *passim*.

[180] Ic-Besprechung, 23. 4. 1937, BAMA, RW 6/56, Bl. 238–242; vgl. Reichskriegsminister und Oberbefehlshaber der Wehrmacht, Az. B 1 t 65 J (III a/c) 3549.37, 25. 7. 1937 mit Richtlinien für Berichterstatter bei Wehrmachtveranstaltungen, BAMA, RH 12/5 v. 43, Bl. 227 f.; ferner MESSERSCHMIDT, Wehrmacht, S. 239 f.

[181] Bericht der Pressegruppe zum Lagebericht über Innenpolitik, 14. 10. 1936, BAMA, RW 6/160.

[182] OKW 6346/38 J (Pr.) S, 19. 10. 1938, BAMA, RH 1/53; für weitere gesteigerte Medienarbeit im Sinne der Wehrmacht: OKW I r WFA/WPr IIc 520/39, 11. 5. 1939, BAMA, RW 4/240, Bl. 30–32. Zu den Details der Ziele der Medienarbeit der Wehrmacht in der Zwischenkriegszeit siehe unten, Kapitel 6.

[183] MURAWSKI, Wehrmachtbericht, S. 135 f., 141–143; SOMMERFELDT, OKW, S. 46; SÖSEMANN (Hrsg.), Propaganda 1, S. XLVIf.; siehe auch oben, Fußnote 177.

[184] WFSt Nr. 75/41 g, 10. 2. 1941, BAMA, RM 8/1992, Bl. 217; auch in BAMA, RH 1/81; Der Chef des Oberkommandos der Wehrmacht, 1 r/s, 881/41 g WFSt/WPr, 17. 2. 1941, BAMA, RM 8/1992, Bl. 217 f.; vgl. MESSERSCHMIDT, Wehrmacht, S. 240–244; Buchbender gibt den Februar 1942 an, BUCHBENDER, Erz, S. 24; siehe auch UZIEL, Propaganda, S. 201–206. In seinem Tagebuch sah Goebbels hierin einen Erfolg für sich: Eintrag vom 20. 2. 1941, ELKE FRÖHLICH (Hrsg.), Aufzeichnungen 1924–1941 (Die Tagebücher von Joseph Goebbels, Teil I), München 1987, S. 509.

[185] Siehe zum Beispiel KTB des OKW, 23. 11. 1940, PERCY E. SCHRAMM (Hrsg.), Kriegstagebuch des OKW 1940–1941 (Bd. 1, Teilband 1), Augsburg 2005, S. 185.

[186] Beachte hierzug BOLL, Bild, S. 978.

[187] Siehe MURAWSKI, Wehrmachtbericht, S. 145–148.

[188] WEDEL, Wehrmachtpropaganda 1, S. 24, 42.

war zwar zu Kriegsbeginn noch sehr am Wehrmachtbericht interessiert, verlor sein Interesse aber, als er bemerkte, dass dieser von Hitler gesteuert wurde.[189] Dessen zunehmend realitätsferne Einlassungen, wie einen behaupteten Sieg über die Sowjetunion im Oktober 1941, stießen zwar im Militär auf Kritik, riefen aber keinen offenen Widerstand hervor. Wenn einzelne Generale versuchten, diejenigen Berichterstatter auf ihre Seite zu ziehen, die Hitler gern las, zeigten sie im Gegenteil ein byzantinisches Gebaren.[190]

Die Planer des 20. Juli 1944 hatten zwar im Zuge ihres Staatsstreichs auch die Kontrolle über die Medienarbeit berücksichtigt.[191] Die Konsequenz des gescheiterten Attentats war jedoch eine weiter verstärkte Kontrolle über die Medienarbeit des Militärs, vor allem durch die SS. Als deren Chef Heinrich Himmler zum Befehlshaber an der Front wurde, wurden die Waffen-SS und ihre Propagandakompanien, die zuvor durch WPr kontrolliert worden waren, zunehmend dominanter. Am 13. April 1945 erreichte Himmler, dass Wedel durch den Kommandeur der SS-Propaganda-Standarte ‚Kurt Eggers' ersetzt wurde, Hauptmann Gunther d'Alquen. Der Amtswechsel fand offiziell am 2. Mai statt, blieb wegen der deutschen Kapitulation jedoch ohne praktische Folgen. Symbolisch aber war die Medienarbeit der Streitkräfte damit endgültig der regierenden Partei untergeordnet worden, wobei nach wie vor ihre Institutionen erhalten geblieben waren. Die Notwendigkeit einer Medienarbeit für das Militär war bei alledem nicht hinterfragt worden.[192] Mit dieser Unterordnung der militärischen Medienarbeit unter die Politik, die in der zweiten Hälfte der 1920er Jahre begonnen hatte, war die Lage in Deutschland derjenigen in Großbritannien in gewisser Weise ähnlicher geworden.

5.2 Streitkräfte unter den Regierungen – Militärische Medienarbeit in Großbritannien

Wie Tirpitz in Deutschland hatte in Großbritannien Fisher die Medienarbeit als Möglichkeit gesehen, politischen Einfluss zu erlangen. Anders als in Deutschland gab es hier allerdings vor dem Ersten Weltkrieg keine langwierigen grundlegenden Auseinandersetzungen zwischen Militär und Regierung. Das britische Militär unterstand einer gemeinhin akzeptierten zivilen Kontrolle. Der Konflikt zwischen Fisher und Beresford muss eher als öffentlicher Streit zweier Admirale, allenfalls

[189] Murawski, Wehrmachtbericht, S. 25, 40–42, 57–67, 74, 80; Sommerfeldt, OKW, S. 47 f., 98–105.

[190] Schmidt-Scheeder, Hölle, S. 406 f.

[191] Zu Plänen und Problemen der Widerständler, Zugriff auf Massenmedien zu erhalten: Görlitz, Generalstab, S. 347, 354; ferner Rathke, Oberkommando, S. 15, der meint, die Berichterstattung über den Anschlag habe helfen sollen, eine neue Dolchstoßlegende zu erschaffen.

[192] Zum Ablauf siehe Murawski, Wehrmachtbericht, S. 143–154; auch Goebbels bekam in dieser Zeit Einfluss auf den Bericht, Rathke, Oberkommando, S. 4; siehe hierzu auch unten, Kapitel 7.1.2.

als Streit zwischen Militärführung und Parlamentariern gelten, und im Curragh-Incident – einem Aufstand im wesentlichen Stützpunkt des britischen Heeres in Irland im März 1914 – setzte sich die Regierung gegen die sie herausfordernden Streitkräftevertreter und Seely durch, wobei Medienbeziehungen keine nennenswerte Rolle spielten.[193] Im Ersten Weltkrieg kam es mehrfach zu Konflikten zwischen ziviler und militärischer Spitze. Sie waren der besonderen Situation des *Great War* mit seiner Kriegführung im kontinentalen Maßstab, seinem zunehmend totalen Charakter und dem Interesse führender Militärvertreter geschuldet, die Regierungspolitik hinsichtlich der Strategie zu beeinflussen. Für letztere sahen sich die Streitkräftespitzen als die einzig maßgeblichen Experten, was insbesondere Lloyd George nicht hinnehmen wollte. Nach Kriegsende kam es nicht wieder zu derartigen Konflikten. In diesem Unterkapitel analysiere ich zunächst die Auseinandersetzungen, dann die folgende Kooperation in Großbritannien.

Easterner und *Westerner,* Profis und Amateure – Ein medial ausgetragener Streit um die Strategie im Ersten Weltkrieg

In der zivilen und militärischen Führung Großbritanniens wurden im Ersten Weltkrieg zwei grundsätzliche Strategien diskutiert. Die eine bestand darin, alle Ressourcen an der Seite Frankreichs einzusetzen. Sie wurde vom GHQ an der Westfront unterstützt, in dem die militärische Vorkriegselite Großbritanniens versammelt war. Durch die Allianz mit Frankreich und den Einsatz der BEF waren Fakten im Sinne dieser *Westerner* geschaffen worden. Ihnen gegenüber standen die *Easterner*, die planten, die Mittelmächte mithilfe der Navy an der Peripherie anzugreifen und so britische Ressourcen und Leben zu schonen. Haig nannte dies „Sunday Times' Strategy."[194] Die Konfliktlinie verlief allerdings nicht zwischen militärischen und zivilen Stellen, sondern quer durch diese Gruppen. Entsprechend bunt zusammengesetzt waren die Allianzen, die im Kriegsverlauf gegeneinander standen. Grob lassen sich drei Phasen identifizieren. Der erste, der im *Easterner*-*Westerner*-Konflikt auf Medienarbeit gegen die Regierung setzte, war French, der Oberkommandierende der britischen Expeditionsstreitkräfte in Frankreich. Später taten es ihm dessen Nachfolger Haig und der Chief of the Imperial General Staff (CIGS) Robertson gleich. Erst im letzten Kriegsjahr gelang es Lloyd George, solche medialen Angriffe der Militärspitze auf seine Regierung in die Schranken zu verweisen. Doch zunächst zu French.

[193] Einen hervorragenden Überblick bietet die Einleitung in Ian F. W. Beckett (Hrsg.), The Army and the Curragh Incident 1914, London 1986, S. 1–29, zu Kontakten zwischen French und Medienvertretern in der heißen Phase ebd., S. 21; ferner Charteris, Haig, S. 70–74; French, French, S. 191–196.

[194] Haig an seine Frau, 30. 10. 1916, LHCMA, MF 864; Woodward verteidigt diese vereinfachende Darstellung der Konflikte um die britische Strategie im Ersten Weltkrieg, Woodward, Generals, S. 12; zur Zusammensetzung der *Easterner* ebd., S. 28–30, 51. Zu den Kritikern dieser Unterteilung gehört David French, British Strategy and War Aims 1914–1916, London 1986, S. xii.

In den ersten Kriegsmonaten erkannte dieser, dass er für die Kriegführung auf dem Kontinent mehr Ressourcen benötigen würde, als für die BEF vorgesehen waren. Ihm fehlten Soldaten und, wie seinen Gegnern, Hochexplosivmunition für die Artillerie.[195] Er forderte beides und warf der Regierung Versagen vor, als sie seine Forderungen nicht erfüllte. Insbesondere attackierte er Kitchener, der als Minister für die Munitionsproduktion zuständig war. Als dieser zudem im Frühjahr 1915 Ressourcen für die Gallipoli-Operation abstellte, fühlte French sich ignoriert. Daher setzte er auf die Medien, in denen er einen letzten Ausweg sah, um sich in London Gehör zu verschaffen.[196] Hierzu hatte ihm Northcliffe geraten, den French, wie in Großbritannien im Umgang mit Medienvertretern seines Ranges üblich, als Gesprächspartner auf Augenhöhe akzeptierte:

„I am distressed, beyond measure […], at the division of our forces. That we should have deliberately created two fighting fronts for ourselves, instead of one, appears lamentable. My newspapers will not cease to urge the sending of men to your army. Colonel Repington is coming out, I understand. […] I do beg that he may be kept in Flanders so that he may concentrate British attention on the real battleline."[197]

Northcliffe interessierte sich sehr für Informationen über Vorgänge und Personen, denen er vorwerfen konnte, die Kriegführung zu behindern. Über Monate hatte er versucht, Briefe zur Munitionsversorgung durch die Zensur zu schleusen.[198] Denn Geschichten dieser Art waren gut für das Geschäft, wie William Randolph Hearst und Joseph Pulitzer in den USA gezeigt hatten.[199] Zudem grollte er Kitchener, wie zahlreiche andere britische Medienvertreter.[200] French ging auf Northcliffes Kooperationsangebot ein. Am 22. März verlangte er in der britischen Presse „munitions, more munitions, always more munitions."[201] Am 27. März wiederholte er seine Forderung in einem Interview mit der *Times*, in dem er die Bedeutung des „supply of men and munitions" hervorhob.[202] Northcliffe gegenüber betonte er seine Hoffnung auf die Unterstützung durch die Medien: „I am so rejoiced to hear the view which you take in regard to the division of our forces. […] I earnestly hope you will do your utmost in your powerful control of the Press to insist upon concentration of all available forces in this theatre."[203]

[195] Suttie, Rewriting, S. 62, gestützt auf Hew Strachan, To Arms (The First World War, Bd. 1), Oxford 2003, S. 994–1005; siehe auch Kroener, Recht, S. 59–61; Lossberg, Tätigkeit, S. 63; ferner die Darstellung in McEwen, Brass, S. 49–51.
[196] Field-Marshal Viscount French of Ypres, 1914, London 1919, S. 347 f., 356.
[197] Northcliffe an French, 20. 3. 1915, IWM, JDPF 2, Bl. 782 f.
[198] Lloyd George, Memoirs 1, S. 205.
[199] Jean Chalaby, Northcliffe. Proprietor as Journalist, in: Peter Catterall (Hrsg.), Northcliffe's legacy. Aspects of the British Popular Press, 1896–1996, New York 2000, S. 27–44, hier S. 37–39. Siehe auch Lovelace, Control, S. 157.
[200] Siehe oben, Kapitel 4.1.3; siehe auch Hodges, Kitchener, S. 247.
[201] French, 1914, S. 355.
[202] Ebd. Laut seinem Sohn war French zu diesem Zeitpunkt noch der Ansicht, Konflikte zwischen militärischer und politischer Führung gehörten nicht in die Öffentlichkeit, French, French, S. 289.
[203] French an Northcliffe, 25. 3. 1915, IWM, JDPF 2, Bl. 788 f.

Diese strategische Frage war der wesentliche Grund für Frenchs Medienarbeit. Mit der grundsätzlich knappen Munition konnte er leben, wie er Kitchener sagte, und was dieser dann dem Kabinett mitteilte.[204] French war jedoch außer sich, als er angesichts deutscher Angriffe bei Ypern am 9. Mai Munition sparen musste, während zugleich Nachschub auf die Dardanellen geschickt wurde und Asquith und Lloyd George öffentlich erklärten, die Armee habe das Material, das sie benötige.[205] Erneut wandte sich French an die Presse, um die Sache der *Westerner* zu stärken. Wieder war er von Northcliffe ermuntert worden, der ihm versichert hatte, dies sei der britische Weg, die Regierung zu kritisieren und zu beeinflussen.[206] French teilte diese Überzeugung von der Wirkmacht der Medien ganz offensichtlich:

> I therefore determined on taking the most drastic measures to destroy the apathy of a Government which had brought the Empire to the brink of disaster. […] I immediately gave instructions that evidence should be furnished to Colonel Repington, military correspondent of The Times, who happened to be then at Headquarters, that the vital need of high-explosive shells had been a fatal bar to our Army success on that day. […] On May 15th, Colonel Repington's article appeared in The Times. The world knows what then happened. The Coalition Government was formed, with Mr. Lloyd George as Minister of Munitions[.][207]

In Frenchs Rückblick klingt es, als habe seine Medienarbeit in letzter Minute die Situation gewendet. Er missachtet dabei sein Bündnis mit Kritikern der Kriegspolitik, zu denen auch Lloyd George zählte. Dieser hatte sich schon im Herbst 1914 für die Munitionsproblematik interessiert, hatte das War Office wiederholt angegriffen und war Leiter eines Komitees geworden, das für die Regierung die Munitionsfrage untersuchte.[208] Mithilfe von Frenchs Informationen ging er gegen Kitchener vor.[209] Auch er wandte sich dabei an die Presse, teilte er doch Northcliffes Ansicht, dass dies legitim sei. Anders als der König, Haig und Asquith kritisierte er French nicht dafür, seine Kritik öffentlich gemacht zu haben.[210] Immerhin waren Teile Fleet Streets angesichts des seit Kriegsbeginn herrschenden politischen Waffenstillstands zwischen den Parteispitzen zum wesentlichen Sprachrohr oppositioneller Positionen geworden. Lloyd George verfügte zwar über weitverzweigte

204 Hodges, Kitchener, S. 275 f.; ferner Cassar, Kitchener's War, S. 179.

205 Callwell, Dug-Out, S. 190–195; French, 1914, S. 357; French, French, S. 298; Lloyd George, Memoirs 1, S. 195–197.

206 Wiedergabe des Schreibens nach Woodward, Generals, S. 51 und Fußnote 14, S. 70.

207 French, 1914, S. 357–360; tatsächlich erschien der Artikel am 14. Mai, French, French, S. 301 f.; ferner Callwell, Dug-Out, S. 323 f.; Lloyd George, Memoirs 1, S. 225; Woodward, Generals, S. 51.

208 French, 1914, S. 357–360; Woodward, Generals, S. 50.

209 Woodward betont, dass Lloyd George offenbar nicht bemerkt habe, dass French Kitchener auch deswegen angriff, weil dieser sich gegen die Westerner gestellt hatte, Woodward, Generals, S. 51.

210 Lloyd George, Memoirs 1, S. 199–201; ders., War Memoirs (Bd. 2), London 1933, S. 980; zur Kritik an French durch den König und Haig: Brief Major Clive Wigrams (Equerry to the King) an Haig, kommentiert in Haigs Tagebuch, 26. 5. 1915, wiedergegeben in Blake, Papers, S. 93 f.; Tagebucheintrag Haig, 14. 7. 1915, ebd., S. 97; Woodward, Generals, S. 75; für weitere Kritik im Militär siehe Callwell, Wilson 1, S. 228 f.; Hamilton, Hamilton, S. 322; zur Kritik durch die Regierung: McEwen, Brass, S. 50; French, French, S. 290.

Kontakte zu wichtigen Medienvertretern wie Riddell oder Scott, wandte sich aber ebenfalls an Northcliffe.[211] Dessen Kampagne begann am 19. Mai in der *Daily Mail* und erregte einiges Aufsehen, wenn auch anders als erhofft.[212] Es kam zu lautstarken Protesten: Exemplare der *Times* und der *Daily Mail* wurden inmitten Londons verbrannt und Northcliffe vorgeworfen, die Deutschen zu unterstützen. „[A]ngry clubmen even boycotted *The Times* – for a few days. Kitchener retained his hold on the imagination of the public to the end."[213] Der Mann, dessen Gesicht die berühmten Rekrutierungsposter zierte, der zu Kriegsbeginn als Held in sein Amt gejubelt worden war und nun bewusst auf eine Gegenkampagne verzichtete, ließ sich nicht demontieren.[214] Northcliffes Kampagne verklang und die Regierung begann, Munitionsfragen durch das Press Bureau zensieren zu lassen.[215] Northcliffe und Lloyd George korrigierten nun die Stoßrichtung der Kampagne: Am 24. Mai forderte die *Daily Mail* einen eigenen Munitionsminister.[216]

Frenchs Medienarbeit hatte die Probleme der Regierung bei der Steuerung des Krieges sichtbar gemacht. Daneben hatte diese weitere Schwierigkeiten: Die Irlandfrage, die Labour-Bewegung und konservative Hinterbänkler, die mit dem politischen Waffenstillstand nicht einverstanden waren, setzten sie zunehmend unter Druck.[217] Das Ende der Regierung läutete dann Fisher ein: Der im Krieg aus dem Ruhestand zurückgeholte First Sea Lord hatte sich über die Dardanellen-Offensive mit Churchill zerstritten. Nach mehreren Rücktrittsdrohungen war er am 15. Mai entschlossen, zu gehen.[218] Über Tage versuchten Churchill, Asquith und andere vergeblich, ihn umzustimmen. Den weitreichenden Forderungen, die er in diesem Zusammenhang stellte, konnte die Regierung jedoch nicht nachgeben. Asquith nahm den Rücktritt des populären Admirals hin und schuf eine Koalitionsregierung, um einen offenen Konflikt der Parteien angesichts der Kriegslage zu vermeiden.[219] Am 26. Mai 1915 trat die neue Koalitionsregierung an, mit Lloyd George als Minister of Munitions. Kitchener blieb Secretary of State for War, wenn auch mit reduzierten Kompetenzen. Die öffentlichen Reaktionen auf

[211] Lloyd George, Memoirs 1, S. 205f., 211–213; Suttie, Rewriting, S. 36f.; Woodward, Generals, S. 51; Woodward, Robertson, S. 31. Laut Royle, der French, Lloyd George und Northcliffe als „unholy trinity" bezeichnet, gab Letzterer Kitchener die Schuld am Tod seines Lieblingsneffen, Royle, Kitchener, S. 290.

[212] Lloyd George nennt den 21. 5. als Startpunkt, Lloyd George, Memoirs 1, S. 205f., 211–213.

[213] Blake, Papers, S. 37; siehe auch George Boyce, Crusaders without Chains. Power and the Press Barons, 1896–1951, in: James Curran (Hrsg.), Impacts and Influences. Essays on Media Power in the Twentieth Century, London 1987, S. 97–112, hier S. 102f.

[214] Vgl. Royle, Kitchener, S. 264f.; Haig setzte sich bei Kitchener dafür ein, sich mit French auszusöhnen, Charteris, Haig, S. 158.

[215] Hankey, Command 1, S. 317.

[216] Woodward, Generals, S. 53. Zum Verlauf der Pressekampagne auch Royle, Kitchener, S. 290–295.

[217] Siehe Taylor, Politics, S. 17–20.

[218] Geradezu bühnenreif geschildert bei Lloyd George, Memoirs 1, S. 225f.; der Streit wurde untersucht von Geoffrey Penn, Fisher, Churchill and the Dardanelles, Barnsley 1999.

[219] Woodward, Generals, S. 52–54; Blake, Papers, S. 35; John Arbuthnot Fisher, Records, London 1919, S. 64f.

die Kampagnen gegen ihn hatten Asquith bewogen, ihn auf seinem Posten zu belassen.[220] Beaverbrook kommentierte später: „The politician in war-time has a sufficiently bad time anyhow. [...] He is not a popular figure, and the soldiers and sailors get all the worship and glory. His business is largely to shoulder the blame for their failures."[221] French, Northcliffe und Lloyd George waren dennoch überzeugt, dass sie die Regierung mithilfe der Zeitungen gestürzt hätten.[222] Angesichts der zeitlichen Nähe zu Frenchs Medienarbeit war es leicht, eine kausale Verbindung zu ziehen und an die Wirkung des eigenen Handelns zu glauben.

Eine unbeabsichtigte aber sichtbare Konsequenz der Medienarbeit war Frenchs Ansehensverlust beim König, im Militär und bei Asquith. Dies wurde ihm im Herbst 1915 zum Verhängnis, als er wegen der Schlacht von Loos im September und Oktober in die Kritik geriet.[223] Wieder setzte French auf die Medien. Er verteidigte sein Vorgehen bei der Schlacht in der *Times*.[224] Repington begleitete Frenchs Bericht mit einem Artikel, in dem er schrieb, die Schlacht wäre besser verlaufen, wenn French anstelle von Haig dessen Reserven kommandiert hätte. Haig warf daraufhin French vor, die Fakten zu verzerren.[225] Er brachte sich als sein Nachfolger in Position – und konnte Frenchs Medienarbeit als Anker für seine Kritik nutzen. Am 19. Dezember 1915 erhielt schließlich er das Kommando über die BEF.[226]

Anders als Tirpitz in Deutschland war French eher in die regierungskritische Medienarbeit gestolpert, als sie gezielt zu betreiben. Gemeinsam mit Northcliffe und Lloyd George hatte er versucht, die Politik Kitcheners über die Medien anzugreifen. Was für Northcliffe politische Normalität Großbritanniens war, galt jedoch nach wie vor nicht als akzeptable Vorgehensweise eines führenden Soldaten. Frenchs Ausflug in die Medienarbeit veränderte die Strategiedebatten der britischen Regierung nicht, brachte ihm jedoch einige Kritik ein. Sein Nachfolger Haig übernahm zwar Frenchs Position im Konflikt um die Strategie, blieb in der Medienarbeit jedoch vorsichtiger. Der neue Chief of the Imperial General Staff dagegen wurde auf diesem Feld umso aktiver.

Am 23. Dezember 1915, vier Tage nachdem Haig an die Spitze der BEF aufgerückt war, wurde Robertson zum CIGS ernannt. Als Bedingung für seine Amts-

[220] Woodward, Generals, S. 53; French, 1914, S. 360.

[221] Beaverbrook, Politicians and the War 1914–1916, London 1928, S. 14; Charteris bezeugt, dass Churchill diese Lehre bereits 1916 auf den Punkt gebracht habe, Charteris, GHQ, S. 130 f.

[222] Lloyd George, Memoirs 1, S. 213, 220–230; Lloyd George meinte, dass das Parlament über kurz oder lang einer in den Zeitungen veröffentlichten Meinung folgen würde, ebd., S. 514–518.

[223] French, French, S. 332, 380; siehe aber auch Lloyd George, Memoirs 1, S. 488, 495 f.

[224] Siehe zu Aktivitäten Wilsons und Gwynnes im Rahmen dieser Debatte Callwell, Wilson 1, S. 260 f.

[225] Vgl. Boraston, Despatches, S. xi; Blake, Papers, S. 111 f.; Charteris, Haig, S. 173–180. Siehe auch: Ian F. W. Beckett, Haig and French, in: Brian Bond und Nigel Cave (Hrsg.), Haig. A Re-Appraisal 80 Years On, Barnsley 2009, S. 51–63, hier S. 59.

[226] Woodward, Generals, S. 74.

übernahme setzte er einige Veränderungen durch, die den CIGS zum entscheidenden Lenker des britischen Militärs und alleinigen Berater der Regierung in Strategiefragen machten.[227] Diese Zentralisierung erlangte internationale Vorbildwirkung und wurde in den Medien begrüßt.[228] Das britische militärische Oberkommando wurde nun durch zwei *Westerner* gestellt, die Rückhalt beim König, in politischen Kreisen und den Medien genossen.[229] Besonders Robertson zählte auf den für ihn außer Frage stehenden politischen Einfluss der Zeitungen. Beispielsweise sicherte er sich die Unterstützung der *Times*, als er gemeinsam mit Lloyd George für die Wehrpflicht eintrat.[230] Für den *Easterner* Lloyd George war dies das zweite Bündnis mit einem *Westerner* an der Spitze des Militärs. Als er jedoch nach Kitcheners Tod Secretary of State for War wurde, änderte dies seine Haltung zur Medienarbeit der Soldaten.

Lloyd George hatte von Kitchener ein Amt geerbt, dem viele Kompetenzen entzogen worden waren. Ein Amt zudem, das ihn mit der bereits begonnen Somme-Offensive verband, weshalb er auf den Erfolg dieser typischen *Westerner*-Operation hoffen musste.[231] Dennoch suchte er nach Wegen, die britischen Verluste zu senken. Bei einem Frontbesuch im September erkundigte er sich beim französischen Feldmarschall Ferdinand Foch nach neuen, kräfteschonenden Taktiken der Franzosen.[232] Haig fühlte sich hierdurch übergangen – ein erster medialer Angriff auf Lloyd George folgte. Haigs Sekretär Philip Sassoon informierte Northcliffe, dessen *Times* infolgedessen die Kompetenz des britischen Oberkommandos herausstrich. Hinter den Kulissen drohte der Redakteur der *Morning Post*, Gwynne, Lloyd George, dass er, wenn dieser noch einmal militärische Ratschläge von anderen als seinen rechtmäßigen Beratern annehme, das publik machen werde.[233] Lloyd George, der die Medien als machtvolle Akteure in der Politik ansah, gab nach und stellte sich demonstrativ hinter Robertson und Haig.[234]

Der Widerspruch in den strategischen Ansichten war damit zwar nicht ausgeräumt, doch schien Haig zufriedengestellt. Dies mag seiner betonten Zurückhaltung im Umgang mit Medienvertretern geschuldet gewesen sein.[235] Als ihn Generalmajor Ivor Maxse am 16. Oktober warnte, es gäbe Bestrebungen, ihm sein Kommando zu nehmen, und fragte, ob er seinen Bruder Leopold, Redakteur des *National Review*, bitten solle, etwas zu unternehmen, erklärte Haig, er habe „no

[227] Ebd., S. 69; Gooch, Plans, S. 326 f.; Robertson, Private, S. 249 f.; Woodward, Robertson, S. 20–29. Vgl. Callwell, Dug-Out, S. 65.
[228] Ehrman, Cabinet, S. 83 f.
[229] Siehe Woodward, Generals, S. 89–91, 103.
[230] Woodward, Robertson, S. 31, 44 f.
[231] Woodward, Generals, S. 94–104.
[232] Blake, Papers, S. 166.
[233] Neiberg, Cromwell, S. 67 f.; Woodward, Generals, S. 105–108; ferner, zum Respekt des GHQ für Northcliffe, Charteris, GHQ, S. 156.
[234] Woodward, Generals, S. 108.
[235] Die von Haig gewünschte Kritik an Lloyd George fügte sich in Northcliffes bestehende Kampagne ein, die forderte, die Armee ‚in Ruhe zu lassen', Neiberg, Cromwell, S. 67 f.

dealings with the Press personally […]. If his brother chose to come to France and go round the Army […] he was free to do so in the ordinary way. I, at any rate, could take no part in a Press campaign against anyone.“[236] Andererseits genoss Haig – Hindenburg nicht unähnlich – als Oberkommandierender auch ohne große Anstrengungen die Unterstützung zahlreicher führender Medienvertreter. Diese Situation schien ihm zu behagen;[237] und ganz der in Großbritannien üblichen Art entsprechend behandelte er die Medienvertreter, mit denen er sich umgab, als Partner und nicht als Befehlsempfänger:

> I only receive some of the principal ones, like Northcliffe and Robinson of *The Times*, Strachey of the *Spectator*, the *Saturday Review* and such. […]. They also can write what they like, but I beg them to remember that we all have the same objective, viz., beat the Germans–so they must not give anything away which can be of use to the enemy. I must say that the correspondents have played up splendidly. We never once had to complain of them since I took over command. When I come over I'll try and get Lord Northcliffe to come and lunch with us one day as he has been such a help latterly to the Army and myself.[238]

Robertson dagegen nutzte die Medien offensiv, um für die Strategie der *Westerner* zu werben.[239] Vom Beginn der Somme-Schlacht an hatte er seine Partner, vor allem bei *Times* und *Morning Post*, bestärkt, immer wieder zu versichern, dass nur so der Krieg gewonnen werden könne.[240] Als Lloyd George im Oktober 1916 die Idee einer Balkanoffensive erneut vorbrachte, stellte Robertson sich im War Committee dagegen, rief aber auch die Medien zur Hilfe. Repington, mit dem er befreundet war, erzählte er, dass er fürchte, Lloyd George wolle seine Einwände übergehen. Northcliffe schrieb er: „The Boche gives me no trouble compared with what I meet in London. So any help you can give me will be of Imperial value.“[241] Der Presselord, von der eigenen Machtfülle überzeugt, erklärte unverzüglich, welche Konsequenzen es hätte, wenn Lloyd George sich in die Strategie einmische: „I will break him.“[242] Auch Gwynne, der sich als Paladin des Militärs verstand, wurde von Robertson hinzugezogen und forderte Lloyd George auf, die Armee nicht zu stören. Schließlich schrieb der CIGS selbst einen Brief an Lloyd George und schickte Kopien an Asquith und den König.[243] Lloyd George war in der Defensive. Auch wenn der Army Council betonte, dass es nicht legitim sei, der Presse ohne Erlaubnis interne Informationen zuzuspielen, standen doch der König, große Tei-

[236] Tagebucheintrag Haig, 16. 10. 1916, wiedergegeben in BLAKE, Papers, S. 170; ferner BADSEY, Haig, S. 185.

[237] Vgl. MCEWEN, Brass, S. 53–56.

[238] Haig an seine Frau, 18. 11. 1916, BLAKE, Papers, S. 180. Zum positiven Bild der Somme-Schlacht in der britischen Presse siehe LYTTON, Press, S. 45.

[239] Vgl. MCEWEN, Brass, S. 51 f.

[240] WOODWARD, Robertson, S. 58–63.

[241] Robertson an Northcliffe, 11. 10. 1916, wiedergegeben in WOODWARD, Correspondence, S. 91 f.; WOODWARD, Generals, S. 111, gestützt auf REGINALD PUND und GEOFFREY HARMSWORTH, Northcliffe, o. O. 1959, S. 508 sowie Schreiben Gwynnes an Rawlinson, 17. 10. 196, Rawlinson MSS, 1/8.

[242] WOODWARD, Generals, S. 110, gestützt auf BEAVERBROOK, War, S. 323 und Northcliffe an Sassoon, 18. 10. 1916, Northcliffe MSS, vol. 8.

[243] WOODWARD, Robertson, S. 31; WOODWARD, Generals, S. 100, 110.

le der Presse und wichtige Politiker auf der Seite des Oberkommandos: Die Strategie lag in den Händen des Militärs.[244]

Entsprechend schienen die militärischen Spitzen nicht beunruhigt, als Lloyd George Anfang Dezember Asquith als Premierminister nachfolgte. Schließlich hatte Northcliffe, der von sich selbst behauptete, Lloyd George das Amt verschafft zu haben, ihm gedroht, er werde ihm seine Unterstützung entziehen, wenn er sich nicht hinter das Oberkommando stelle.[245] Auch als es Lloyd George im Mai 1917 gelungen war, Northcliffe zum Chef der British War Mission in New York zu machen und so aus London zu entfernen, konnten Haig und Robertson sich weiterhin darauf verlassen, dass weite Teile der Medien ihr Kriegsbild unterstützten.[246] Haig ermunterte Repington, für Offensiven im Westen einzutreten.[247] Während der Schlacht von Passchendaele empfing er gezielt Unterstützer aus der Presse, nämlich Gwynne (*Morning Post*), Alfred Gardiner (*Daily News*) und Spender (*Westminster Gazette*).[248] Die militärfreundlichen Medien unterstützten das Vorgehen der BEF und deklarierten jeden gewonnenen Meter zu einem Sieg. Gwynne argumentierte zudem in der *Morning Post* immer wieder gegen zivile Einmischung in die Strategie.[249]

Lloyd George vermutete, dass, wie schon im Vorjahr, Robertson hinter den Aktivitäten der Medienvertreter stehe. Um dem entgegenzutreten, bereitete er nun eine eigene Medienkampagne vor und suchte nach einem militärischen Experten, der seiner Strategie den Ruch des Amateurhaften nehmen sollte.[250] Mithilfe seines Sekretärs William Sutherland warb der Premier ab Ende Oktober 1917 für Offensiven im Osten und ein vereintes Oberkommando für alle Fronten. Vor allem der *Manchester Guardian* unterstützte ihn. Zudem wollte er die Medienarbeit der Militärspitze eindämmen, indem er ihr eben diese offen vorwarf.[251] Haig beschuldigte er, Spender aufgehetzt zu haben, und klagte über Artikel in der *Morning Post*. Haig wies derlei von sich.[252] In die Defensive brachte diesen schlussendlich ein Seitenwechsel Northcliffes. Der Presselord hatte

[244] Ebd., S. 111 f., hier ist auch das Schreiben an Robertson vom 11. 10. 1916 zitiert; Woodward, Robertson, S. 164–166; siehe auch Nigel Hamilton, The Full Monty, London 2002, S. 103.

[245] Blake, Papers, S. 40, 183, 189; Charteris, GHQ, S. 182, 188 f.; Charteris, Haig, S. 258; Lloyd George, Memoirs 2, S. 982, 987–989; Woodward, Generals, S. 112–139; ferner Callwell, Wilson 1, S. 298, 305.

[246] Woodward, Generals, S. 185 f., 201–204, 215.

[247] Tagebucheintrag Haig, 24. 6. 1917, wiedergegeben in Blake, Papers, S. 241.

[248] Von letzteren beiden hatte Haig eine gute Meinung, Blake, Papers, S. 241, 254, 256 und 259 f.

[249] Woodward, Generals, S. 221–224.

[250] Lloyd George, Memoirs 4, S. 2204, 2219, 2265, 2274; McEwen, Brass, S. 59–65; Woodward, Generals, S. 194–199, 204–213, 244.

[251] Woodward, Generals, S. 223–228, 255; Blake, Papers, S. 262. Robertson äußerte später, dass die Stimmung gegen ihn im Observer sogar dafür ausschlaggebend gewesen sei, nicht auf eine Feier des Besitzers zu gehen, zu der er eingeladen war, Robertson an Waldorf Astor (Besitzer des Observer und Parliamentary Secretary des Premierministers), 16. 2. 1918, LHCMA, Robertson, 8/5/94. Für zeitgleiche Kampagnen gegen die Marine, die dort Lloyd George zugeschrieben wurden, Chalmers, Beatty, S. 321 f.

[252] Blake, Papers, S. 263 f. und 274 f.

nach seiner Rückkehr aus den USA im November zunächst wieder das Militär unterstützt. Nach einem deutschen Gegenangriff bei Cambrai aber kritisierte er die Militärspitzen wegen der hohen Verluste.[253] Haigs Nachrichtendienstchef Charteris sah den Grund für diesen Positionswechsel darin, dass Haig sich bei einem Besuch Northcliffes kaum für dessen Berichte aus den USA interessiert habe. Auch habe Northcliffe sich verraten gefühlt, weil die Erfolge von Cambrai in ersten Berichten des Militärs zu sehr betont worden seien, was ihn in die Irre geführt habe – obschon angeblich er selbst Haig zu den entsprechenden Meldungen geraten habe. Der Bruch zwischen Northcliffe und Haig war für Lloyd George allerdings kein Gewinn. Denn fortan galt der Presselord als sein Verbündeter, weshalb dessen Kampagnen auf ihn zurückfielen: Während Lloyd George im Januar 1918 Gesandte an die Westfront schickte, um einen Nachfolger für Haig zu suchen, veröffentlichte Northcliffe schwere Vorwürfe gegen das Oberkommando. Der Reaktion auf die Kampagne gegen Kitchener ähnlich folgte eine öffentliche Gegenbewegung bis ins Parlament hinein. Lloyd Georges Hoffnung, Haig ersetzen zu können, war damit zerschlagen.[254]

Haig und Robertson konnten weiterhin auf Repingtons Hilfe zählen. Dieser war nach Northcliffes Meinungswandel zur *Morning Post* gewechselt. Dort wollte er mit einem Artikel im Stile seiner Enthüllungen über die Munitionskrise im Jahr 1915 Lloyd George angreifen. Er warf ihm vor, die geplante britische Offensive für 1918 zu hintertreiben, indem er der Armee Soldaten vorenthalte. Sein Artikel, der auf Informationen basierte, die ihm Robertson beschafft hatte, wurde von Gwynne unzensiert veröffentlicht.[255] Repingtons Plan scheiterte, da andere Zeitungen das Thema kaum aufgriffen. Als Lloyd George allerdings begann, ein interalliiertes Oberkommando aufzubauen und so die *Westerner* an der Spitze der britischen Streitkräfte zu entmachten, eskalierte der Konflikt.[256] Repington startete einen weiteren Angriff auf den Premier. Am 8. Februar 1918 berichtete die *Morning Post*, Lloyd George habe britische Einheiten Ausländern unterstellt. Diesmal griffen andere Zeitungen das Thema auf. Sie verlangten vom Parlament, das britische Oberkommando über die eigenen Soldaten zu bewahren.[257] Viele Parlamentarier standen aufseiten des Militärs. Auf Lloyd George waren sie auch des-

[253] McEwen, Brass, S. 59–61; Woodward, Generals, S. 223–228.

[254] Woodward, Generals, S. 244–246. Zu Angriffen in der Daily Mail, hinter denen Lloyd George vermutet wurde, Tagebucheintrag Haigs, 26. 1. 1918, wiedergegeben in Blake, Papers, S. 280 sowie Charles Edward Callwell (Hrsg.), Field-Marshal Sir Henry Wilson, Bart., G.C.B., D.S.O. His Life and Diaries (Bd. 2), London 1927, S. 52 f.

[255] Woodward, Generals, S. 246 f., unter Verweis auf Repington an Gwynne, 20. 1. 1918, Gwynne, MSS, 21. Haig kommentierte den Artikel in seinem Tagebuch als korrekte Lagedarstellung, Blake, Papers, 280 f.

[256] David Lloyd George, War Memoirs (Bd. 5), London 1936, S. 2785–2799; Woodward, Generals, S. 247, 257–262. Am 7. 2. 1918 hatte Robertson an Gwynne geschrieben, Lloyd George wolle ihn stürzen, und gefragt, wie das Land reagieren werde, Woodward, Correspondence, S. 286 f.

[257] Woodward, Generals, S. 262 f.; zur Verbindung Maurices und Repingtons auch Blake, Papers, S. 47 f.

halb schlecht zu sprechen, weil ihnen immer wieder Informationen vorenthalten wurden, die sie dann in der Presse lasen. Da Lloyd George mit Northcliffes Bruder, Lord Rothermere, und Beaverbrook zudem zwei Presselords an der Regierung beteiligt hatte, raunten sie, er wolle das Parlament entmachten.[258] Angesichts der Haltung des Parlaments schien auch Lloyd George nicht in der Lage, die Medienarbeit der Militärspitzen zu kontern.[259] Er fand jedoch Wege, den Konflikt außerhalb der Medienarbeit zu lösen, was die sehr realen Grenzen der Wirkmacht der Medien einmal mehr aufzeigt.

Noch im Februar manövrierte Lloyd George Robertson im War Cabinet in einem über mehrere Tage andauernden Machtpoker aus. Er stellte ihn vor die Wahl, seinen Posten mit begrenzten Kompetenzen weiterzuführen oder unter einem anderen CIGS in das neue alliierte Gremium überzutreten. Als Robertson beides ablehnte, sah es aus, als ginge es ihm nicht um die richtige Strategie, sondern um persönliche Eitelkeit; er verlor seinen politischen Rückhalt. Robertson wurde zwar nicht entlassen,[260] nahm aber am 18. Februar den ihm angebotenen neuen Posten als Kommandeur des Eastern Command an.[261] Der Premier hatte ihn ausmanövriert, ohne dass Robertsons Medienarbeit diesem hätte helfen können.

Dass Lloyd George nun einen neuen CIGS einsetzte, bedeutete ein politisches Risiko, da er für dessen Misserfolge in Öffentlichkeit und Parlament verantwortlich gemacht werden konnte. Eben dies geschah, als die deutsche Frühjahrsoffensive ab dem 21. März 1918 zu schweren Verlusten bei den britischen Einheiten führte.[262] Repington griff den Premier am 8. April erneut an, andere Blätter folgten. Sie forderten, Robertson zum Secretary of State for War zu machen. Lloyd George weigerte sich. Im Parlament erklärte er, für die Niederlagen nicht verantwortlich zu sein. Vielmehr habe er Haig nach Kräften unterstützt; dessen Armee sei Anfang 1918 stärker gewesen als ein Jahr zuvor.[263] Die *Morning Post* und andere militärfreundliche Blätter bezichtigten ihn der Lüge. Sachlich lagen sie richtig. Die Zahlen des Director of Military Operations (DMO), Generalmajor Frederick Barton Maurice, auf die sich Lloyd George bei seinen Aussagen gestützt hatte, waren fehlerhaft gewesen. Eben dies bot jedoch dem Premier einen Ausweg aus der angespannten Situation: Am 6. Mai schrieb Maurice Repington und Gwynne, Lloyd George habe vor dem Parlament gelogen. Gwynne leitete den Brief an Asquith weiter und publizierte ihn in der *Morning Post*. Die Presse verlangte die Aufklärung der Vorwürfe.

[258] Woodward, Generals, S. 267–270; die Theorie, die Presse könnte die Parlamente als Ort der Politik ablösen, war seit der Jahrhundertwende in Deutschland wie Großbritannien präsent gewesen, siehe Kohlrausch, Medien, besonders S. 310 f., 317–323.

[259] Zu rechtlichen Schritten gegen Gwynne und Repington siehe Woodward, Generals, S. 262–266; Blake, Papers, S. 48 f.; McEwen, Brass, S. 61–63.

[260] Das betonte er immer wieder, Robertson, Private, S. 330–337; Woodward, Correspondence, S. 306.

[261] Woodward, Generals, S. 270–275; Keith Jeffery (Hrsg.), The Military Correspondence of Field Marshal Sir Henry Wilson 1918–1922, London 1985, S. 17; Vgl. Robertsons Notizen zu den Ereignissen aus dem Februar 1918, LHCMA, Robertson 7/8/21.

[262] Woodward, Generals, S. 277–287.

[263] Ebd., S. 290–293.

Lloyd George witterte eine Verschwörung des Militärs.[264] Wenn dem so war, war es eine sehr stümperhafte.[265] Auch Haig kritisierte den Angriff. „Reuter states Gen. Maurice has written to the papers. This is a grave mistake. No one can be both a soldier and a politician at the same time. We soldiers have to do our duty and keep silent, trusting to Ministers to protect us."[266] Bereits zwei Tage nach der Veröffentlichung des Schreibens konnte Lloyd George die Angelegenheit beenden – nicht in den Medien, sondern im Parlament. Er legte dar, dass seine Zahlen von Maurice selbst stammten. Die Glaubwürdigkeit der medialen Angriffe war damit untergraben; das Parlament vertraute dem Premier und seine politische Stellung war stark wie nie zuvor.[267] Mit den Worten des langjährigen Kabinettssekretärs Maurice Hankey: „The Maurice debate had the effect of clearing the political atmosphere, which had become clouded as the result of the long military crisis created by the German onslaught."[268] Maurice verließ das Militär und wurde Militärkorrespondent beim *Daily Chronicle*, der seinerseits im Oktober 1918 von Freunden Lloyd Georges gekauft wurde, um für dessen Wahlkampf eingesetzt zu werden. Maurices Karriere bei dieser Zeitung war damit beendet.[269]

An der Westfront konnte Haig im Sommer 1918 derweil wieder Offensiven ausführen lassen, die auch den gewünschten Erfolg brachten, da Ludendorffs Angriff im Frühjahr die deutschen Kräfte erschöpft hatte.[270] Die *Westerner* hatten die Oberhand behalten. Beide Seiten setzten ihren Streit um die Strategie nach dem Krieg in Betrachtungen, Erinnerungen und (auto)biographischen Texten fort.[271] In der Medienarbeit der Streitkräfte spielte er jedoch keine Rolle mehr. Nach French, Robertson, Haig und Maurice forderten die Militärspitzen die Regierung nicht mehr heraus.[272] Das britische Militär kehrte somit in seine aus der Vorkriegszeit gewohnte Position unter der zivilen Regierung zurück, aus der es sich zudem, verglichen mit dem deutschen Militär, weniger weit herausgewagt hatte. Allerdings ist der Umstand, dass es diesen Schritt überhaupt gemacht hatte, bemerkenswerter als im deutschen Kaiserreich, wo das Militär neben, nicht unter der Politik gestanden hatte. Ein wichtiges Element der nun in Großbritannien

[264] Vgl. SUTTIE, Rewriting, S. 8.

[265] LLOYD GEORGE, Memoirs 5, S. 2972f., 2983–2987, 2995; WOODWARD, Generals, S. 296–301; ferner TREVOR WILSON und ROBIN PRIOR, Maurice, Sir Frederick Barton (1871–1951), in: ODNB, Bd. 37, Oxford 2004, S. 452–455, hier S. 453.

[266] Haig an seine Frau, 7. 5. 1918, LHCMA, MF 865; auch in BLAKE, Papers, S. 308; vgl. ebd., S. 50, 309 und 311.

[267] WOODWARD, Generals, S. 301–305. Haig empfand später Mitleid mit Maurice. Dass das Parlament sich von der wahren Problematik habe ablenken lassen, zeige seinen Qualitätsverlust, Haig an seine Frau, 11. 5. 1918, wiedergegeben in BLAKE, Papers, S. 308f.

[268] MAURICE PASCAL ALERS HANKEY, The Supreme Command. 1914–1918 (Bd. 2), London 1961, S. 799.

[269] ALTENHÖNER, Kommunikation, S. 81; MCEWEN, Brass, S. 64f.; TAYLOR, Donald, S. 165–173.

[270] WOODWARD, Generals, S. 304–336; BLAKE, Papers, S. 65f.

[271] Siehe zum Beispiel DAVID LLOYD GEORGE, War Memoirs (Bd. 6), London 1936, S. 3373f., 3378, 3404f.

[272] Obwohl sich Haig und Northcliffe zum Kriegsende hin wieder verständigten, BADSEY, Front, S. 59f.

wieder einsetzenden Unterordnung war, dass die Medienarbeit der Streitkräfte in den Händen der im Krieg etablierten Spezialabteilungen verblieb. Diese lösten die zuvor dominanten und im Kriegsverlauf problematisch gewordenen persönlichen Medienbeziehungen der britischen Streitkräftespitzen weitgehend ab und waren allgemein akzeptiert. Wenn man so will, war die formale Stellung der Medienarbeit in Großbritannien damit derjenigen in Deutschland ähnlicher geworden.[273] Dies galt jedoch nach wie vor nicht für die Art und Weise, wie die Medien gesehen und in letzter Konsequenz behandelt wurden – und auch nicht für das Verhältnis zwischen Militär und Politik.

Institutionen und Verfahren als Kontrollinstrumente – Zivile Kontrolle über die militärische Medienarbeit nach dem Ersten Weltkrieg

Die Unterordnung der institutionalisierten Medienarbeit des britischen Militärs unter zivile Kontrolle am Ende des Ersten Weltkriegs geschah in Großbritannien beinahe wie von selbst. Sie sorgte bei den beteiligten Akteuren für keine nennenswerten Konflikte und wurde teils aus äußerst pragmatischen Gründen von den Militärvertretern angestoßen. Sie entsprach der Selbstverortung der britischen Streitkräfte unterhalb der Regierungen. Der Bedeutungszuwachs dieser Form der Medienarbeit gegenüber den persönlichen Aktivitäten einzelner Streitkräftespitzen trug dazu bei, dass Konflikte wie im Ersten Weltkrieg im Zweiten Weltkrieg nicht wieder auftraten.

Nach dem Kriegsende sah das War Office Einsparmöglichkeiten im Verzicht auf eigene Kompetenzbereiche in der Medienarbeit: Im Kriegsverlauf hatte die Abteilung MI7d Informationen aus ausländischen Medien gesammelt. Schon am 16. Oktober 1918 betonte der Leiter der Abteilung, Oberstleutnant Edward Wake, dass diese Arbeit auch nach Kriegsende nützlich sein könnte. Mangels entsprechender Zukunftspläne hätten allerdings gerade die kompetenten Mitarbeiter begonnen, sich nach anderen Beschäftigungen für die Friedenszeit umzusehen. Um ihr Abwandern zu verhindern, bat er um eine schnelle Entscheidung über das Schicksal der Abteilung.[274] Andere Abteilungen im War Office waren zunächst skeptisch gegenüber einer fortgesetzten zentralen Informationssammlung durch MI7d. Sie wollten diese Aufgabe, wie in den Jahren vor dem Krieg, wieder selbst übernehmen.[275] Erst Anfang Dezember 1918 dämmerte dem Deputy Director of Military Intelligence, dass dies teurer als eine zentrale Sammelstelle wäre. Daher schlug er vor, MI7d zunächst zu erhalten und später nach Möglichkeit einer anderen Regierungsstelle zu übertragen.[276] Im Januar 1919 bat daher das War Office das Foreign Office, die 135 Mitarbeiter von MI7d zu übernehmen. Diese erstellten

[273] Die bürokratische Medienarbeit hatte schon vor dem Ersten Weltkrieg auf einige Briten besonders fortschrittlich gewirkt, siehe GEPPERT, Pressekriege, S. 431.
[274] Schreiben Wakes, 16. 10. 1918, TNA, WO 32/9297.
[275] Antwortschreiben, 23. 10. 1918 und 6. 11. 1918, TNA, WO 32/9297.
[276] Schreiben an den DMI, General Sir William Thwaites, 5. 12. 1918, TNA, WO 32/9297.

monatlich 46 000 Übersichten aus 800 fremden Medien. Eine solch umfangreiche Arbeit sei für das War Office im Frieden zu teuer, zumal militärische Aspekte nur noch einen kleinen Teil einnähmen. Das Foreign Office jedoch mit seinem politischen beziehungsweise wirtschaftlichen Schwerpunkt sei ein geeigneter Ort für diese Arbeit.[277] Über Wochen – inzwischen verlor MI7d immer mehr Mitarbeiter – diskutierten beide Regierungsstellen die Frage.[278] Erst am 25. April 1919 war das Foreign Office vom Nutzen der Abteilung überzeugt und bereit, sie zu übernehmen.[279] Freilich gab das War Office nicht jede Form von Medienarbeit unter externe Kontrolle. Aber auch Bereiche, die es im eigenen Haus behielt, standen nunmehr unter ziviler Aufsicht: Als Sekretär des War Office kontrollierte Brade, auch vor dem Krieg für die offiziellen Medienkontakte verantwortlich, nun die Publicity Section.[280] Ihr Leiter wurde der Journalist David Caird, der seinen Posten für zehn Jahre innehatte.[281] Als 1937 Generalmajor Alan Geoffrey Charles Dawnay zum Director of Public Relations ernannt wurde, bedeutete das keine Abkehr vom akzeptierten Prinzip der zivilen Kontrolle: Die Ernennung erfolgte auf Anweisung des Secretary of State for War.[282]

Bei der Royal Air Force wurde die Medienarbeit nach dem Krieg zunächst durch General Swinton, den Controller of Information, geleitet. Er seinerseits unterstand dem Controller-General of Civil Aviation. Damit wurde die Medienarbeit, wie auch im War Office, durch eine zivile Stelle kontrolliert, allerdings zunächst durch einen medienerfahrenen Militärvertreter geleitet.[283] Noch 1919 wurde die zivile Seite weiter gestärkt, und die Press Section des Air Ministry übernahm die gesamte Medienarbeit in Sachen Luftfahrt. Der zuständige Press Officer war seit 1918 Charles Robertson, der bis 1922 auch als Redakteur des *Journalist* arbeitete.[284]

Eine Ausnahme von der Regel direkter ziviler Kontrolle stellte die Marine dar: Hier wurde die Medienarbeit nach dem Krieg Fregattenkapitän Reginald Henni-

[277] Schreiben u. a. an Foreign Office, Januar 1919, TNA, WO 32/9297.

[278] Schriftwechsel zwischen Wake und dem Foreign Office, Januar bis März 1919, TNA, WO 32/9297.

[279] Schreiben an den Sekretär des Army Coucil, 25. 4. 1919, TNA, WO 32/9297.

[280] Internes War Office-Memorandum, 5. 4. 1919, TNA, WO 32/9304.

[281] Bericht des Committee on Press and Publicity Arrangements in the War Office, 17. 1. 1935, TNA, WO 33/1369; Mackenzie, Films, S. 11.

[282] London Gazette, 1. 10. 1937, S. 6078, online unter http://www.london-gazette.co.uk/issues/34440/pages/6078/page.pdf (zuletzt geprüft am 13. 9. 2013); siehe auch biographische Notizen in LHCMA, Bestandsübersicht Dawnay, online unter http://www.kcl.ac.uk/lhcma/locreg/DAWNAY.shtml (zuletzt geprüft am 13. 9. 2013); Schreiben des Secretary of State, 22. 8. 1937 und Note an Parliamentary Under Secretary, 25. 8. 1937, TNA, WO 32/4587; siehe dort für weitere Schriftwechsel zum Konflikt über die Strukturen der Medienarbeit im War Office im Frühjahr 1937; siehe auch Mackenzie, Films, S. 19, 92 – der hier genannte Generalmajor John Hay Beith war Dawnays Nachfolger, vgl. LHCMA, Liddell 15/3/48.

[283] Press Committee, Protokoll, 14. 5. 1920 und 26. 11. 1920, TNA, Defe 53/1.

[284] The Journalist, Liste der Redakteure: http://www.thejournalist.org.uk/NovDec08/S_hist.html (zuletzt geprüft am 13. 9. 2013); Flight and Aircraft Engineer, 6. 3. 1947, S. 186, online unter http://www.flightglobal.com/pdfarchive/view/1947/1947%20-%200282.html (zuletzt geprüft am 13. 9. 2013); siehe auch Mackenzie, Films, S. 11.

ker-Heaton in der Naval Intelligence Division anvertraut.[285] Damit unterstand sie einem militärischen Vorgesetzten. Dieser jedoch ordnete sich und die Medienarbeit letztlich der zivilen Leitung unter. Auch hier wurde der Umfang der Medienarbeit stark reduziert.[286] Aus der Marine kam zudem grundsätzliche Kritik an der Fortsetzung der Medienarbeit, auch unter ziviler Kontrolle. So meinte der Marine-Chef-Zensor Brownrigg, dass kein Teil der Regierung die Erlaubnis zu Medienarbeit haben dürfe: „[A] Publicity Department is too dangerous a weapon to my thinking, in the hands of any unscrupulous or indiscreet person. It can be used for all sorts of purposes which should be outside the purview of any one connected with the Government, whether Naval or Military Officer, Civil Servant, or Cabinet Minister."[287] Es ist eines der deutlichsten Beispiele dafür, dass eine staatliche Steuerung der Medien in Großbritannien kritischer gesehen wurde als in Deutschland.[288]

Diese in Großbritannien verbreitete Skepsis und die bis in die späten 1930er Jahre nur geringe Größe der Abteilung für Medienarbeit unter der Intelligence Division bedeutete jedoch nicht, dass die Marinespitzen nicht versucht hätten, über die Medienarbeit beispielsweise ihre Haushaltsforderungen zu vertreten. Allerdings blieben sie damit in der Regel in einem von der Regierung geduldeten Rahmen; ein Konflikt um den Bau neuer Kreuzer 1924/1925 wurde ohne gegenläufige Medienarbeit zwischen Marine und Regierung geklärt.[289]

Die Medienarbeit einzelner Streitkräftespitzen war auch und gerade durch ihre Institutionalisierung effektiv eingehegt und damit zugleich auch verstetigt worden. Auch in Großbritannien entsprach sie letztlich einem Lackmustest für die Beziehungen des Militärs zur Regierung. Nach 1918 blieben aufsehenerregende Konflikte um die Medienarbeit aus und die Streitkräfte akzeptierten ihre Unterordnung unter die Regierung.[290] In einer der wichtigsten Auseinandersetzungen zwischen Streitkräften und Regierung in der Zwischenkriegszeit war Medienarbeit kein Thema: Als Lloyd George und Churchill ein Verteidigungsministerium statt der einzelnen Streitkräfteministerien forderten, widersetzten sich die Streitkräftespitzen auf dem Dienstweg, wobei sie besonders auf ihre gute Zusammenarbeit verwiesen. Organisatorisch wurde diese im ab 1923 entstehenden Chiefs of Staff Committee sichtbar, in dem die Stabschefs der Teilstreitkräfte oder ihre Vertreter zusammenkamen, um die Regierung gemeinsam in militärischen Fragen zu beraten.[291] Eben diese COS spielten im Zweiten Weltkrieg als Beratergremium

[285] Press Committee, Protokoll, 14. 5. 1920, TNA, Defe 53/1.
[286] Siehe dazu unten, Kapitel 6.1.1.
[287] Brownrigg, Indiscretions, S. 238.
[288] Siehe oben, Kapitel 5.1, Fußnote 101.
[289] Andrew Boyle, Trenchard. Man of Vision, London 1962, S. 497 f.; Chalmers, Beatty, S. 372–374; siehe auch Mackenzie, Films, S. 63 f.
[290] Auch das Press Committee unterstand explizit der (nie eingeforderten) Kontrolle des Premierministers, CID-Papier 368-B, TNA, WO 32/9812; vgl. TNA, Air 5/585.
[291] Boyle, Trenchard, S. 325–344, 347 f.; siehe zum Hintergrund der COS ab der ‚High Level Bridge'-Gespräche zwischen Admiralty und War Office unter Seely und Churchill infolge der zweiten Marokkokrise auch Hankey, Command 1, *passim*; ferner CID-Memorandum 713B

der Regierung eine wichtige Rolle in der Kontrolle über die wieder anwachsenden Streitkräfte und insbesondere die Medienarbeit der Befehlshaber an den verschiedenen Fronten.

Dass im Zweiten Weltkrieg große Konflikte zwischen militärischen und zivilen Spitzen ausblieben, mag schon daher rühren, dass Churchills Machtposition deutlich gefestigter war als diejenige Lloyd Georges im Ersten Weltkrieg.[292] Hinzu kam die stärkere Einbindung der militärischen Spitzen und der militärischen Medienarbeit in institutionalisierte Abläufe. Die COS delegierten die alltägliche Medienarbeit an interne wie externe Spezialisten, während sie selbst Fragen der „high policy" behandelten.[293] Damit beanspruchten sie jedoch keine politische Entscheidungsgewalt. Themen, die politische Fragen berührten, gaben sie an die zuständigen Ministerien ab. Ein Beispiel hierfür sind Pläne, mithilfe von Propaganda Deutschlands Kapitulation herbeizuführen. Sie wurden im August 1944 dem Foreign Office übergeben.[294] Ihre persönliche Medienpräsenz begrenzten die Stabschefs ebenso,[295] wie sie der Regierung halfen, die Medienarbeit der Oberkommandierenden auf den verschiedenen Kriegsschauplätzen zu kontrollieren. Zwar scheiterte Churchills erster Versuch, Interviews hoher Offiziere strengeren Regeln zu unterwerfen, im Herbst 1942 daran, dass die Aufzeichnungen über die neuentwickelten gemeinsamen Regeln der Streitkräfteministerien verloren gingen. Im folgenden Frühjahr aber konnten Regierung, Stabschefs und die Medienspezialisten der Streitkräfte neue Vorgehensweisen durchsetzen und sogar mit den US-amerikanischen Verbündeten koordinieren. Fortan durften sich die im Ersten Weltkrieg für die Regierung so schwierig zu kontrollierenden hohen Offiziere auf den Kriegsschauplätzen nur noch namentlich in den Medien äußern, wenn sie ihre Aussagen in London hatten prüfen lassen. Bei den Medienvertretern beliebte Hintergrundinformationen durften sie weiterhin ausgeben, Aussagen zur Politik oder zu zukünftigen Entwicklungen waren ihnen allerdings verboten.[296] Zwar wurden die neuen Vorschriften nicht immer eingehalten – beispielsweise mussten

und 714B, TNA, Cab 4/15; Ehrman, Cabinet, S. 109f. Zur weiteren Diskussion über ein Verteidigungsministerium siehe Stellungnahme der COS im Februar 1938, TNA, Cab 53/27.

[292] Hudson und Stanier, War, S. 58, 83.

[293] COS(40)306, 11. 9. 1940, TNA, Cab 79/6/56 und Notiz, 12. 9. 1940, JIC(40)280, TNA, Cab 81/98; zur Bindung der COS an das Kabinett Ehrman, Cabinet, S. 126, 131f.; John Gooch, The Chiefs of Staff and the Higher Organisation for Defence in Britain, 1904–1984, in: John B. Hattendorf (Hrsg.), Maritime Strategy and the Balance of Power. Britain and America in the Twentieth Century, Oxford 1989, S. 37–55, hier S. 46.

[294] COS(44)(O)281, 19. 8. 1944, TNA, Cab 79/79/21; vgl. Tagebucheintrag Brooke, 20. 1. 1945, wiedergegeben in Alan Francis Brooke, 1st Viscount Alanbrooke of Brookeborough, War Diaries, 1939–1945, London [6]2001, S. 647f.

[295] So entschuldigte sich der Chief of the Air Staff General Charles Portal, als in einer US-Zeitschrift ein Artikel unter seinem Namen erschien – dies lasse die militärische Führung in schlechtem Licht dastehen, räumte er ein, COS(42)238, 17. 8. 1942, TNA, Cab 79/22/38.

[296] Schreiben des P.A.S.(S) Phillips, 3. 10. 1942, TNA, Adm 116/5097; COS(43)54, 19. 2. 1943, TNA, Cab 80/39/54; Minute, Head of Military Branch (II), 23. 2. 1943, TNA, Adm 116/5097; COS(43)77, 27. 3. 1943, TNA, Cab 79/26/27; COS(43)81, 31. 3. 1943, TNA, Cab 79/26/31; COS(43)(O)102, 14. 5. 1943, TNA, Cab 79/61/2; VCNS an Admiral Sir Andrew Cunningham, 22. 5. 1943, TNA, Adm 116/5097.

die COS im Januar 1944 erneut auf sie hinweisen, nachdem Churchill darüber geklagt hatte, dass sich zu viele Offiziere über sie hinwegsetzten.[297] Auch wurden in einzelnen Fällen Ausnahmen gemacht. So wurde dem medienaffinen alliierten Oberkommandierenden im weitläufigen South East Asia Command, Mountbatten, gestattet, Radioansprachen zu halten, um seine Truppen ansprechen zu können.[298] Hinsichtlich der Inhalte seiner Ansprachen bewegte aber auch er sich innerhalb der bestehenden Regeln, mit deren Hilfe es also gelang, die Medienarbeit der führenden Streitkräftevertreter im Ausland zu kontrollieren.[299]

Schließlich dürfte auch die veränderte Rolle von Presselords wie Northcliffe (dieser selbst war 1922 verstorben) dazu beigetragen haben, dass Konflikte wie im Ersten Weltkrieg ausblieben.[300] Es waren nun die Lords Beaverbrook, Camrose, Kemsley und Rothermere, die nach wie vor große Teile des Zeitungsmarktes dominierten. Auch wenn der Anteil der verkauften Tageszeitungen, die unter ihrer Kontrolle standen, im Vergleich zu den Jahren vor dem Ersten Weltkrieg von zwei Dritteln auf etwa die Hälfte zurückgegangen war,[301] hatten sie ihren politischen Einfluss in der Zwischenkriegszeit für eine direkte Konfrontation mit dem langjährigen Vorsitzenden der konservativen Partei und mehrmaligen Premierminister Stanley Baldwin genutzt. Baldwin hatte ihnen schließlich öffentlich die Stirn geboten und vorgeworfen, ‚Macht ohne Verantwortung' für sich zu reklamieren. Letztendlich flauten die Konflikte ab.[302] Angesichts der problematischen Lage Großbritanniens im beginnenden Zweiten Weltkrieg betonte Anfang 1940 Beaverbrook, es sei nicht an ihm, den Premier zu halten oder zu stürzen – dies liege bei der Partei;[303] und als er im Mai 1943 dem in den Medien sehr präsenten General Bernard Montgomery empfahl, seinen Ruhm für politische Zwecke zu nutzen, bezog er seinen Rat auf die Zeit nach dem Krieg.[304]

In Großbritannien stand die Medienarbeit des Militärs – mit Ausnahme des Ersten Weltkriegs – unter einer politischen Kontrolle, die in den Jahren nach 1918 noch verstärkt wurde. Wie in Deutschland war dies mit einer stärkeren Institutionalisierung einhergegangen. Dies wiederum trug zur Verstetigung der Medienarbeit als Teil militärischer Routinen bei, gewissermaßen eine Verkettung zweier unbeabsichtigter Folgen. Längerfristig gesehen waren diese ungeplanten Konsequenzen der militärischen Medienarbeit gegen die Regierungen von weit größerer

[297] Auszug aus COS(44)32, 25. 1. 1944, TNA, WO 106/4579, 392; Memorandum des SHQ AEF, 5. 2. 1944, TNA, Air 37/1227.

[298] COS(44)(O)293, 31. 8. 1944, TNA, Cab 79/80/8; COS(44)769(O), 25. 8. 1944, TNA, Cab 80/086/104.

[299] Zur letzten Anpassung im Januar 1945 siehe COS(45)22, 22. 1. 1945, TNA, Cab 79/28/24; COS(45)31, 29. 1. 1945, TNA, Cab 79/29/6; siehe auch Neiberg, Cromwell, S. 76.

[300] Deren besondere Rolle im Ersten Weltkrieg rührte auch daher, dass es neben der Presse keinen Akteur gab, der beanspruchen konnte, zu wissen, was die Bevölkerung wolle – Meinungsumfragen existierten noch nicht, siehe Badsey, Front, S. 50; Peter Catterall (Hrsg.), Northcliffe's Legacy. Aspects of the British Popular Press, 1896–1996, New York 2000, S. viii.

[301] Curran und Seaton, Power, S. 40; Humphreys, Media, S. 26 f.

[302] Negrine, Politics, S. 48 f.

[303] Boyce, Crusaders, S. 109.

[304] Nigel Hamilton, Master of the Battlefield, 1942–1944, London 1983, S. 479 f.

Bedeutung als die von den streitenden Akteuren erhofften Medienwirkungen. Insbesondere begünstigte die genannte Verstetigung der Medienarbeit in der Zwischenkriegszeit auch die Entwicklung von Medienstrategien der Einflussnahme, die nicht gegen die eigenen Regierungen gerichtet waren. So ging nach dem Ersten Weltkrieg zwar der Umfang der militärischen Medienarbeit zunächst einmal zurück, doch blieb sie in institutionalisierter Form erhalten. Daher konnte sie in der späteren Zwischenkriegszeit relativ problemlos wieder ausgeweitet werden.

6. Durch Alltag zu Aufrüstung (1918–1939)

Mit dem Ende des Ersten Weltkriegs ging der Umfang der militärischen Medienarbeit, dies ist bereits in Kapitel fünf deutlich geworden, merklich zurück. Am Vorabend des Zweiten Weltkriegs jedoch war sie in beiden Streitkräften auf ein ungeahntes Niveau angewachsen. Diese ‚Karriere' der militärischen Medienarbeit in der Zwischenkriegszeit beleuchte ich im vorliegenden Kapitel. Ich gehe dabei zunächst auf die friedenstypischen, danach die kriegstypischen Medienstrategien ein.

6.1 Für Ansehen und Ressourcen – Friedenstypische Medienstrategien als neue Routine

Nach dem Ersten Weltkrieg wurden die Streitkräfte beider Länder verkleinert, wovon auch die Institutionen ihrer Medienarbeit betroffen waren. Die Möglichkeiten, positive Medienarbeit für die Streitkräfte zu betreiben, schienen begrenzt. Militär und Krieg waren nach den Jahren des Massensterbens keine beliebten Themen. Dennoch blieben zahlreiche Institutionen der Medienarbeit erhalten – und damit die Möglichkeit, sie bei Bedarf zu nutzen. Insbesondere der Umstand, dass die ‚institutionalisierten' Medienspezialisten weiterhin aktiv blieben, verdeutlicht die Stellung des Ersten Weltkriegs als Wasserscheide in der Geschichte der militärischen Medienarbeit. Mit ihnen blieb Medienarbeit auch im Frieden Teil militärischer Routinen. Ab Ende der 1920er Jahre griffen die Streitkräftespitzen wieder vermehrt auf sie zurück. Ich untersuche hier zunächst die Konsolidierungsphase der militärischen Medienarbeit nach dem Krieg, bevor ich mich ihrem Ausbau in der zweiten Hälfte der Zwischenkriegszeit widme.

Ruhe nach dem Sturm – Friedenstypische Medienarbeit in der frühen Zwischenkriegszeit

In Deutschland war der Rückgang besonders sichtbar. Die militärischen Institutionen für die Medienarbeit wurden teils ganz geschlossen oder ziviler Kontrolle unterstellt.[1] Auch die dienstälteste dieser Einrichtungen, das Nachrichtenbüro des Reichsmarineamtes, stellte die Arbeit ein. Für die Medienarbeit der deutschen Marine war dies ein herber Rückschlag. Allerdings wurde in der nun entstehenden Reichswehr direkt unter dem Reichswehrminister eine Nachrichtenstelle des Reichswehrministeriums angesiedelt, deren erster Leiter Kapitän zur See Humann

[1] Einen konzentrierten Überblick bietet Martin Warnke, Die Organisation staatlicher Bildpropaganda im Gefolge des Ersten Weltkrieges, in: Hans-Jörg Czech und Nikola Doll (Hrsg.), Kunst und Propaganda im Streit der Nationen 1930–1945, Dresden 2007, S. 22–27, hier S. 25 f.; siehe auch oben, Kapitel 5.

wurde, ein früherer Mitarbeiter des Nachrichtenbüros.[2] Die Erfahrungen der Marine-Medienarbeit gingen also nicht verloren. Vielmehr wurden sie in eine neue, zentrale Medienarbeit der Reichswehr überführt, in der allerdings das Heer Priorität gegenüber der Marine genoss. Innerhalb des Heeres war nach dem Krieg das, was Falkenhayn zuvor hatte etablieren wollen, Standard geworden. Die einzelnen Reichswehrgruppenkommandos nahmen die Medienarbeit ernst und betrieben sie aktiv.

Vor dem Hintergrund von Soldatenräten und dem sich auflösenden Heer war die Rekrutierung für Kämpfe gegen polnische Unabhängigkeitsbewegungen im Osten des Reiches Anfang 1919 ein zentrales Ziel militärischer Medienarbeit.[3] Da die Bevölkerung infolge der kriegszeitlichen Medienarbeit ihr gegenüber als abgestumpft galt, war ihr Umfang zwar gering und Plakate oder persönliche Gespräche schienen wichtiger.[4] Wie schon im Krieg war die Diagnose einer eingeschränkten Medienwirkung jedoch kein Grund, auf Medienarbeit zu verzichten. Reichswehrminister Noske ordnete am 12. Mai 1919 an, dass mit der Freiwilligenwerbung eine Aufklärung über die „neuen Aufgaben“ der Reichswehr einhergehen müsse. Hierfür sollten sich die lokalen Stellen untereinander und mit der Zentralstelle für Heimatdienst koordinieren; auch die zentrale Nachrichtenstelle war beteiligt.[5] Andere deutsche Kriegsminister teilten Noskes Ziel. Immanuel Herrmann in Württemberg hatte bereits im Februar seinen Abteilungen gegenüber betont, „daß ich größten Wert auf gute Beziehungen zur Presse lege und daß ich weitgehendste Benützung der Presse zur Aufklärung über militärische und militär-politische Fragen wünsche.“[6] Auch die militärische Spitze setzte darauf, das angeschlagene Ansehen des Militärs in der neuen Republik mithilfe der Medienarbeit aufbessern zu können. Generalmajor Friedrich Karl von Loßberg, seit dem 1. September 1919 Stabschef des Reichswehrgruppenkommandos II in Kassel, ordnete am 16. September voller Überzeugung von einer starken Medienwirkung an:

Die Macht der Presse ist heutzutage sehr gross; die Reichswehrbrigaden müssen sich ihrer daher bedienen. Es kommt darauf an, einmal die dauernden Angriffe der linksstehenden Presse gegen

[2] Schwengler, Marine, S. 36 f. – hier findet sich auch ein knapper Institutionenüberblick, S. 36–40, 43–46; Wedel, Wehrmachtpropaganda 1, S. 5–7; Uziel, Propaganda, S. 44–46.

[3] Befehle des Generalkommandos des X. A.K., 29. 3. 1919 und des XIV. A.K., 27. 3. 1919, sowie Sitzungsprotokoll, Badisches Kriegsministerium, 24.–25. 2. 1919, GLAK, 456 F5/472; für Bayern Io 463 op., 13. 5. 1919, BayHStA, MKr 14585; für Württemberg Aufrufe ab 1. 2. 1919, HSAS, M 1/3 Bü 533a.

[4] Schreiben des Kriegsministeriums aus Berlin, 994.3-19.A.I, 30. 3. 1919, HSAS, M 1/3 Bü 533a.

[5] Reichswehrminister 95/5.19 Z 1, 12. 5. 1919, BayHStA, MKr 14585; dass die Anordnung befolgt wurde zeigt beispielhaft Anweisung des Generalkommandos XIV. A.K. Ic 2451 an die Werbezentralen, 9. 7. 1919, GLAK, 456 F139/39; ferner, zur Umsetzung der Berliner Anforderungen Ic 2434, 11. 6. 1919, ebd. Zu den Methoden der Nachrichtenstelle Uziel, Propaganda, S. 45 f.; siehe auch Schwengler, Marine, S. 36 f.; Wohlfeil und Dollinger, Reichswehr, S. 59.

[6] Kriegsminister 366/19 H, 11. 2. 1919, HSAS, M 1/3 Bü 504; er wiederholte seine Anweisung an alle Abteilungen des Kriegsministeriums am 19. 3. 1919, HSAS, M 1/3 Bü 532; auch in HSAS, M 1/4 Bü 1028, Bl. 118; hier zudem Pressemitteilungen und Berichte über deren Rezeption, z. B. Schreiben Hauptmann Haagers, 19. 4. 1919, ebd., Bl. 139.

die Reichswehr zurückzuweisen, ferner das Verständnis des Volkes für die Reichswehr zu wecken und zu fördern, um die Reichswehr wahrhaft volkstümlich zu machen. Bei jeder Reichswehrbrigade ist, soweit noch nicht geschehen, ein Offizier mit der Bearbeitung des Materials für die Presse zu betrauen. Ihm muss von der Truppe möglichst viel Material geliefert werden.[7]

Wie schon im Ersten Weltkrieg und in den Friedensjahren zuvor sollte die Medienarbeit helfen, die Kritik am Militär zu verdrängen und es darüber hinaus in positivem Licht darzustellen. Hierfür sollten bei den dezentralen Teilen der Reichswehr eigens Offiziere abgestellt werden. Überzeugt von der Wirkmacht der Medien und daher auch der Bedeutung der Medienarbeit wurde letztere nach dem Krieg in institutionalisierter Form fortgesetzt. Sie wurde damit von besonderen Impulsen seitens der Führung entkoppelt und als Routinetätigkeit verstetigt. Das eigene Ansehen hoch zu halten, war eine Daueraufgabe. Zumindest in den Medien, so scheint es, sollte die mit dem Ende des Kaiserreichs verlorene Stellung des Militärs erhalten werden. Diese Sehnsucht nach der eigenen Größe und Tradition stand auch hinter der Förderung zahlreicher Regimentsgeschichten.[8]

Infolge des Kapp-Lüttwitz-Putsches, dessen Ausgang die Grenzen der unter Druck geratenen militärischen Macht in der neuen Republik sichtbar werden ließ, erhielten diese medienstrategischen Ziele besondere Bedeutung.[9] Die Reichswehr, besonders die Marine, die der Chef der Admiralität, Konteradmiral Adolf von Trotha, den Putschisten zur Verfügung gestellt hatte, sah sich heftigen Angriffen ausgesetzt.[10] Vizeadmiral Paul Behncke, der die Marinespitze im August 1920 übernahm, wollte die Seestreitkräfte dementsprechend zunächst vor allem „gegen Verhetzung und allgemeine Anschuldigungen durch die Presse“ schützen.[11] Er griff damit auf defensive Medienstrategien zurück, wie sie zu Beginn des Jahrhunderts beim Heer verfolgt worden waren.

Der neue Chef der Heeresleitung, Seeckt, verfügte bei Amtsantritt bereits über einige Erfahrungen mit den Medien. Im Ersten Weltkrieg hatte er Freundschaft mit Journalisten wie Sven Hedin und Emil Ludwig geschlossen. Die Presse hatte er für eine machtvolle Waffe gehalten, mit der das deutsche Militär allerdings nicht sonderlich geschickt umgehe.[12] Nach dem Ende des Putsches widmete er sich persönlich der medialen ‚Aufräumarbeit'.[13] Am 26. März 1920 erklärte er in

[7] Reichswehrgruppenkommando 2, Id 600/374 A1, 16. 9. 1919, GLAK, 456 F6/309.

[8] Siehe z. B. Aufruf des Kriegsministeriums Württemberg, Texte und Bilder über Württemberger Frontsoldaten einzusenden – unentgeltlich, A.Pr. 5371, 3. 3. 1919, HSAS, M 1/3 Bü 533a; siehe auch Schreiben aus dem Februar und März 1919, HSAS, M 390 Bü 106.

[9] Vgl. Major Robert Poirier, The Problem of Army Renewal. Seeckt and the *Reichswehr*, in: Allan D. English (Hrsg.), The Changing Face of War. Learning from History, Montreal 1998, S. 83–102, hier S. 84.

[10] Heinz Hürten (Hrsg.), Die Anfänge der Ära Seeckt. Militär und Innenpolitik 1920–1922, Düsseldorf 1979, S. xi–xx; siehe auch Meier-Welcker, Seeckt, S. 264–267, 282 f.; zur „tiefgreifenden Existenzkrise“ der Marine Rahn, Reichsmarine, S. 247.

[11] Rahn, Reichsmarine, S. 82, 89, Zitat S. 89.

[12] Meier-Welcker, Seeckt, S. 55, 62 f., 76 f.; für Seeckts scharfe Reaktion auf Angriffe des Völkischen Beobachters gegen ihn: Görlitz, Generalstab, S. 201–205.

[13] Meier-Welcker, Seeckt, S. 495–497, 519; eine Geringschätzung der Medien sieht dagegen Deist, Kriegführung, S. 397.

der Presse sein Verhalten während des Putsches und die Beweggründe der beteiligten Offiziere. Er verband dabei drei bekannte Ziele der Medienarbeit des deutschen Militärs: Das Ansehen des Militärs sollte vor Kritik geschützt, Verantwortung für eigenes Versagen abgewälzt und die Bevölkerung für die eigenen Ziele gewonnen werden. So führte Seeckt an, dass gerade ältere und politisch unerfahrene, monarchisch erzogene Offiziere durch die rechtsstehende Presse „verhetzt und verleitet" worden seien. Zwar räumte er ein, dass vor allem General Walther von Lüttwitz die Verantwortung für den Putsch trage. Dennoch zog er die Medien heran, um die Verfehlungen der Reichswehr zu erklären und sie zu entschuldigen. Im nächsten Schritt betonte er, dass derlei überhaupt nur möglich sei, weil das Militär nicht über eine Wehrpflicht mit der Bevölkerung verbunden war. Er rief daher alle Bevölkerungskreise auf, sich freiwillig zu melden und gegen die Beschränkung der Reichswehr auf 100 000 Mann zu protestieren.[14] Letzterer Aufruf zeigt, dass Seeckt hoffte, die außenpolitische Machtlosigkeit mithilfe der Medienarbeit kontern zu können. Damit setzte er auch auf den Medienkrieg, auf den ich im zweiten Unterkapitel eingehe.

Im Vordergrund standen zunächst allerdings die friedenstypischen Ziele der Medienarbeit. Im Frühsommer wurden Offiziere an den Standorten der Reichswehr beauftragt, Kontakte mit den lokalen Medien aufzunehmen, um in Artikeln und über persönliche Gespräche „Verständnis und Interesse für das Heer" zu wecken und es gegen Angriffe zu verteidigen.[15] Gerade der Schutz des Ansehens blieb in den folgenden Jahren die Priorität der militärischen Spitzen und des neuen Reichswehrministers Geßler.[16] Insofern liegt Wedel durchaus richtig, wenn er trotz der – in Kapitel fünf geschilderten – heimlichen Aufrüstungs-Medienstrategien ein eher defensives Bild ihrer Medienarbeit in den frühen 1920er Jahren zeichnet. Im Zentrum standen demnach die Rekrutierung und die Abwehr medialer Angriffe, im Falle der Marine zudem die Argumentation für die weiterhin notwendige Existenz einer deutschen Seestreitkraft.[17] Der Wunsch nach ‚Ruhe' ging so weit, dass infolge von Pressekritik sogar Humann als Leiter der Nachrichtenstelle im Juli 1920 durch Major Herman Ritter von Giehrl ersetzt wurde.[18]

[14] Erklärung des Oberbefehlshabers der Reichswehr-Gruppe 1, Generalmajor von Seeckt, in der Presse über die militärpolitische Lage, hier aus dem Berliner Tageblatt, 26. 3. 1920, wiedergegeben in Hürten (Hrsg.), Ära, S. 87–90; siehe auch Meier-Welcker, Seeckt, S. 274f.

[15] Befehl der Befehlsstelle Brieg der Reichswehr-Brigade 8 über Nachrichtendienst und Pressewesen vom 21. 6. 1920 nimmt auf die Regierungsposition Bezug, wiedergegeben in Hürten (Hrsg.), Ära, S. 185f.; Befehl des Oberbefehlshabers der Reichswehr-Gruppe 4, Generalmajor von Möhl, über die Veröffentlichung von Richtigstellungen unwahrer Behauptungen über das Verhalten des Offizierkorps beim Kapp-Lüttwitz-Putsch vom 6. 5. 1920, wiedergegeben in Hürten (Hrsg.), Ära, S. 162f.

[16] Möllers, Geßler, S. 51; siehe auch oben, Kapitel 5.1.

[17] Wedel, Wehrmachtpropaganda 1, S. 5–7; siehe auch Uziel, Blick, S. 313. Angriffe erfolgten nicht nur von pazifistischer bzw. linker Seite, wie oft betont: Seeckt beispielsweise setzte 1923 nach Angriffen auf sich ein Verbot des Völkischen Beobachter durch, Meier-Welcker, Seeckt, S. 378–384 und Wohlfeil und Dollinger, Reichswehr, S. 216. Für die Marine Schwengler, Marine, S. 41.

[18] Schwengler, Marine, S. 37; Wedel: Wehrmachtpropaganda I, S. 5–7.

Dass sich dessen Nachfolger, Oberst von Oertzen, stets betont zivil gab und selten uniformiert auftrat, passt in dieses Bild.[19] Seeckts Nachfolger Heye war gegen Ende der 1920er Jahre ebenfalls daran interessiert, unerwünschte Kritik zu vermeiden.[20] Versuche, durch die Medienarbeit den Haushalt zu beeinflussen, überließ er der politischen Spitze.[21] Im März 1928 hoffte er zwar, dass eine Rede für den Wehretat, die Graf von der Schulenburg im Reichstag gehalten hatte, von der Presse rezipiert würde, unternahm aber keine eigenen Schritte, sie zu verbreiten.[22] Wie in Kapitel fünf demonstriert, setzte der neue Reichswehrminister Groener 1928 eine politische Kontrolle über die Medienarbeit der beiden Teilstreitkräfte durch.

Auch wenn die Medienarbeit der deutschen Streitkräfte in den 1920er Jahren also gegenüber dem Ersten Weltkrieg deutlich abgenommen hatte, wurde sie weiterhin betrieben. Mit dem Schutz des Ansehens der Streitkräfte und der Abwehr von Kritik war eines ihrer grundlegenden Ziele weiterhin präsent. Darüber hinaus wurde mit den Versuchen, Ressourcen einzuwerben, auch das zweite der friedenstypischen Ziele verfolgt, das vor dem Ersten Weltkrieg bei der Marine eine zentrale Rolle gespielt hatte. Die Situation war derjenigen der letzten Friedensmonate 1914 nicht unähnlich, als Falkenhayn für das Heer vergleichbare Ziele formuliert hatte. Ende der 1920er Jahre waren sogar die lokalen Kommandeure, die ‚Standortältesten', damit beauftragt, persönliche Kontakte zur lokalen Presse zu pflegen.[23] Spätestens ab 1932 wurden sie von der Streitkräftespitze wirksam koordiniert, während sie zuvor eine gewisse Autonomie genossen hatten.[24] Über ihre Arbeit mit den Medien hinaus sollten sie innerhalb des Militärs Verständnis für die Medien schaffen.[25] Auch wenn ihr Umfang zunächst äußerst gering blieb: Die

[19] Wedel, Wehrmachtpropaganda 1, S. 5–7; vgl. Uziel, Propaganda, S. 44–48.

[20] Beachte eine Sammlung von Pressestimmen zum Wehretat inklusive Dokumentation über Pazifismus als Argument gegen die Reichswehr zwischen 1925 und 1930, BA, R 43 I/688, Bl. 17–33; zu Versuchen, negative Berichte angesichts einer Klage gegen ihn zu vermeiden, 410/28 Chef H.L., 16. 2. 1928, BAMA, RH 1/6; ferner, zu Heyes vergleichsweise zurückhaltendem Auftreten, Wohlfeil und Dollinger, Reichswehr, S. 88 f.

[21] 1042/27, Chef. H.L., 13. 5. 1927, BAMA, RH 1/6.

[22] Zur Rede siehe Protokolle des deutschen Reichstags, 1924/28, 12, 399. Sitzung, 14. 3. 1928, S. 13385 C-13390 D, online unter http://www.reichstagsprotokolle.de/Blatt2_w3_bsb00000079_00659.html (zuletzt geprüft am 13. 9. 2012), worin der Graf von der Schulenburg den Vertrag von Versailles und Pressekritik am deutschen Heer kritisiert; Schreiben Heyes, 14. 3. 1928, BAMA, RH 1/6.

[23] Wedel, Wehrmachtpropaganda 1, S. 5–7; Uziel, Propaganda, S. 44–51. Ab 1934 erfüllten Presseoffiziere diese Aufgabe, siehe Wedel, Wehrmachtpropaganda 2, S. 29 f.

[24] Uziel, Blick, S. 314; Schleichers entsprechende Überzeugung wird klar aus der Befehlshaberbesprechung vom 11.–12. 1. 1932 in Berlin, wiedergegeben in Thilo Vogelsang, Neue Dokumente zur Geschichte der Reichswehr 1930–1933, in: VfZ 2 (1954), S. 397–436, hier S. 413–417, besonders S. 414; ein Beispiel für den spätestens ab 1935 sehr stetigen Erfahrungsaustausch und die Koordination ist Stichworte für den Chef W.A. zur Ic-Besprechung, 13. 2. 1935, BAMA, RH 6/56, Bl. 34 f.

[25] Der spätere Generalstabschef Ludwig Beck beklagte in einer kritischen Schrift zur Ausbildung von Offizieren 1920, dass bisher die Medien nicht thematisiert worden seien, siehe Müller, Beck, S. 41, 70 f.

militärische Spitze hatte in der Medienarbeit einen Weg gefunden damit umzugehen, dass ihre eigene Stellung nach dem Ende des Kaiserreichs zerfiel. Die Medienarbeit war damit auch eine Reaktion auf die Krise des Selbstverständnisses des traditionellen deutschen Militärs.[26] Davon abgesehen boten die bestehenden Institutionen die Basis für ihre spätere Erweiterung. Insofern glich die Situation in Deutschland derjenigen in Großbritannien.

Innerhalb der britischen Streitkräfte lässt sich die veränderte Wahrnehmung der Medienarbeit besonders deutlich am Beispiel der Marine zeigen, die sich noch im letzten Kriegsjahr bemüht hatte, ihre Beziehungen zu den Medien zu verbessern. Mit Kriegsende wurde die von den Medienvertretern begrüße Position eines Director Naval Publicity wieder abgeschafft.[27] Dessen Aufgaben übernahm der Officer in Charge of Naval Publicity, Fregattenkapitän C. C. Walcott. Teils fielen sie auch an die Stellen zurück, die sie zuvor ausgeübt hatten.[28] Damit blieb eine institutionalisierte Medienarbeit erhalten, die allerdings intern mit einiger Distanz betrachtet wurde. Oswyn Murray erläuterte den Medienvertretern im Press Committee am 14. Mai 1920, die Admiralty „had not now an Admiralty ‚Publicity' Department." Die Marine sei „anxious to get rid of that word which had a suspicious flavour about it, as if they were going to try and influence the Press in some way."[29] Mit diesem Versuch, sich von der Einflussnahme auf die Medien zu distanzieren, war die Royal Navy nicht allein. Zivile Stellen wie das Press Bureau oder das Crewe-House wurden abgewickelt,[30] Akten des Ministry of Information (MoI) wurden nach dem Krieg zerstört.[31] Propaganda, von Großbritannien nicht nur aus deutscher Sicht perfektioniert, galt als ‚unenglisch'.[32] Es war ein geradezu beschämtes Zurückblicken, das auch einige Kriegsberichterstatter betrieben.[33] Taylor vermutet, dass die politischen Eliten so auf die erweiterten Wählerschichten reagierten. Erstere hätten die Macht gefürchtet, die derjenige erhielte, der letztere mit einer zentralisierten Apparatur propagandistisch lenken könnte.[34]

[26] Zum Fortbestand eines militärischen Traditionsbewusstseins innerhalb der Reichswehrspitze Janssen, Zielvorstellungen, *passim*, insbesondere S. 75. Dass noch 1938 über 90% der führenden 28 Generale der Wehrmacht aus dem kaiserlichen Generalstab stammten zeigt Müller, Beck, S. 69, mit Verweis auf Friedrich Hossbach, Zwischen Wehrmacht und Hitler, Wolfenbüttel 1949, S. 167. Vgl. auch Müller, Wehrmacht, S. 37–39, wo deutlich wird, dass dieses Traditionsbewusstsein ein Phänomen der Streitkräftespitze war.

[27] Obwohl er bis in den November noch neue Kompetenzen erhalten hatte, siehe Schreiben vom 29. 10. 1918, TNA, Adm 1/8462/170.

[28] Memorandum vom 25. 11. 1918, worin die Umorganisation als Folge des Waffenstillstandes genannt wird, TNA, Adm 1/8462/170.

[29] Protokoll der Press Committee-Sitzung, 14. 5. 1920, TNA, Defe 53/1.

[30] War Office Memorandum, 5. 4. 1919, S. 2, TNA, WO 32/9304; Stuart, Secrets, S. 233 f.

[31] Sanders und Taylor, Propaganda, S. 5; Knightley, Casualty, S. 89.

[32] Siehe Taylor, War, *passim*; ferner Fox, Film, S. 21; Mackenzie, Films, S. 10 f.; Taylor, Munitions, S. 1, 196 f.; Welch, Omission, S. 7.

[33] Siehe vor allem Philip Gibbs, Now It Can Be Told, New York 1920, beispielsweise S. 520 f.

[34] Philip M. Taylor, The Fourth Arm and the Fourth Estate. Psychological Operations and the Media, in: Mark Connelly und David Welch (Hrsg.), War and the Media. Reportage and Propaganda, London 2007, S. 251–263, hier S. 253. Beachte auch die Überlegungen zu den Medienwirkungstheorien oben, insbesondere Kapitel 1, Fußnote 29.

Auf den zweiten Blick war die ‚Publicity'-Abkehr der Marine allerdings ein Publicity-Gag; sie wollte sich vom Ruch einer beeinflussenden Medienarbeit befreien, nicht auf sie verzichten. Die Marine-Medienspezialisten unter Fregattenkapitän Reginald Henniker-Heaton in der Naval Intelligence Division erhielten Zugang zu allen Führungskreisen der Admiralty. Ihre erklärte Aufgabe war es, Informationen auszugeben. Hierfür gab es einen Press Room, in dem Routinemeldungen ausgelegt wurden, während eilige Nachrichten per Boten und Post an die Presse in London und der Provinz geschickt wurden, womit der Wunsch der Medienvertreter nach Gleichberechtigung berücksichtigt wurde. Allerdings ging es der Marine um mehr: Am selben Tag, an dem Murray das Ende der ‚Publicity' in der Admiralty verkündete, entschuldigte er sich gegenüber den Medienvertretern dafür, dass das neue Verfahren für die Nachrichtenausgabe bei einer Stellungnahme des First Lord zum Marinehaushalt versagt habe. Infolge eines unglücklichen Zufalls sei die Mitteilung erst am Abend des Tages erschienen. Im Protokoll heißt es: „He added that no one was more distressed or annoyed than the First Sea Lord, because the widest publicity for that statement was desired, and the effect of the mistake recoiled upon the Admiralty itself."[35] Der First Sea Lord, der inzwischen zum Großadmiral ernannte Beatty, war nicht deshalb betrübt, weil den Medien die verspätete Ausgabe ungelegen kam. Er hatte den First Lord dazu gebracht, in seiner Erklärung für den umstrittenen Erhalt von Großkampfschiffen einzutreten.[36] Noch als Commander-in-Chief der Grand Fleet hatte er sich direkt nach dem Krieg für den Marinehaushalt stark gemacht.[37] Nachdem er im November 1919 zum First Sea Lord geworden war, wofür er auch eine Medienkampagne inszeniert hatte, blieb er dieser Linie treu.[38] Obwohl er anerkannte, dass die Marine sparen musste, lehnte er Maßnahmen ab, die seiner Ansicht nach die Einsatzfähigkeit der Royal Navy beeinträchtigten. Wie er in einer Rede vor der Highland Society sagte „You cannot have a valuable thing without paying for it."[39] Er war wie Fisher davon überzeugt, dass die Medien bei allen Versuchen, Politiker zu beeinflussen, eine wichtige Rolle spielten, da diese in ihnen die Haltung ihrer Wähler zu erkennen glaubten. Dementsprechend nutzte er neben seinem persönlichen Auftreten die Medienarbeit der Marine für Versuche, Haushaltsentscheidungen zu beeinflussen. So ließ er 1922 eine Gegendarstellung zu Kürzungsvorschlägen des Geddes-Reports publizieren[40] und setzte sich gegen Pressekampagnen ein, die eine Begrenzung der Marine zugunsten der neuen

[35] Protokoll der Press Committee-Sitzung, 14. 5. 1920, TNA, Defe 53/1.
[36] Chalmers, Beatty, S. 361 f. Zum um 50% gegenüber dem Vorjahr gekürzten Marinehaushalt siehe The Times, 13. 3. 1920, S. 18.
[37] Chalmers, Beatty, S. 350–353.
[38] Roskill, Beatty, S. 285, sowie Schreiben Beattys an seine Geliebte aus dem April und Mai 1919, zitiert ebd., S. 289–291.
[39] Zitiert nach Chalmers, Beatty, S. 359.
[40] Ebd., S. 370–372; zu den Sparmaßnahmen der *Geddes-Axe* im Kontext der Haushaltspolitik der frühen 1920er Jahre siehe Andrew McDonald, The Geddes Committee and the Formulation of Public Expenditure Policy, 1921–1922, in: The Historical Journal 32 (1989), S. 643–674, *passim.*

Luftstreitkräfte forderten.[41] Anders als unter Fisher vor dem Ersten Weltkrieg war Medienarbeit nun allerdings eine Routineaufgabe der Marine, weshalb Beatty gegen ihm zu weit gehende Abrüstungs- und Sparforderungen sowie Luftwaffenbefürworter neben seinem persönlichen Engagement auf eine etablierte Institution zurückgreifen konnte.[42]

Auch das War Office reformierte nach dem Krieg seine Medienbeziehungen. MI7 wurde, wie bereits gezeigt, schrittweise geschlossen.[43] Im War Office entstand allerdings zugleich eine neue Zentrale für die Medienarbeit zur Einflussnahme, die Publicity Section.[44] Im Juli 1919 informierte Brade die Presse über die neue Stelle.[45] Ein Jahr später, im Mai 1920, beurteilte sie sein Nachfolger, Sir Herbert Creedy, als erfolgreich. Er begründete diese Einschätzung damit, dass sie an der Admiralty-Medienarbeit orientiert war, die wiederum von den Medienvertretern im Press Committee gelobt worden war.[46] Möglicherweise war auch die spätere Umbenennung in Information Section der Vorbildwirkung der Admiralty geschuldet. Belegen lässt sich dies allerdings nicht, und das War Office wendete sich weder öffentlich noch intern vom Begriff der ‚Publicity' ab, wie es die Admiralty getan hatte.[47] Davon abgesehen war die Medienarbeit des War Office derjenigen der Admiralty recht ähnlich. Der Schwerpunkt lag offiziell auf der Ausgabe von Informationen, die auch die Medienvertreter als zentral ansahen. Dementsprechend beschwerten sie sich, als das War Office im Frühjahr 1920 die im Krieg etablierten wöchentlichen Konferenzen einstellte. Creedys Erklärung, dass die Medien im Frieden nichts mehr von derartigen Versammlungen hätten, da ihre eigenen Informationskanäle oftmals schneller seien als diejenigen des War Office, akzeptierten sie jedoch. Zudem versicherte er, dass das War Office weitergehende Informationen weiterhin ausgeben würde – schriftlich, wie es das Press Bureau im Krieg gemacht hatte.[48]

Auch im War Office blieb die Medienarbeit jedoch nicht auf derartige Dienstleistungen für die Medien beschränkt. Die Heeresspitze unter Wilson hoffte, in ihr über ein Mittel der Einflussnahme zu verfügen. Dies zeigt schon die Aufgabenbeschreibung der Sektion. Sie sollte zuständig sein für „all publicity and propaganda work of the War Office, and for the issue of all War Office communications, whether official (including operations) or semi-official, to the newspapers".[49] Auch wenn Begriffe wie ‚Publicity' und ‚Propaganda' nicht präzise definiert wurden, deutet die Differenzierung an, dass die Ziele der Sektion über die Informationsausgabe hinausgingen. Wie der Admiralty ging es auch dem War

[41] Chalmers, Beatty, S. 374; Beatty an seine Frau, undatiert, wiedergegeben ebd., S. 394.
[42] Zur Gegner-Zusammensetzung ebd., S. 376.
[43] Das offizielle Ende für M.I. 7 war der 1. Mai, MI7 History, S. 16.
[44] Ebd., S. 16–18; War Office-Memorandum, 5. 4. 1919, TNA, WO 32/9304.
[45] Press Committee, Protokoll, 22. 7. 1919, TNA, Defe 53/1.
[46] Press Committee, Protokoll, 14. 5. 1920, TNA, Defe 53/1.
[47] Bericht, Committee on Press and Publicity Arrangements in the War Office, 17. 1. 1935, TNA, WO 33/1369.
[48] Press Committee, Protkoll, 14. 5. 1920, TNA, Defe 53/1; MI7 History, S. 16–18.
[49] War Office-Memorandum, 5. 4. 1919, TNA, WO 32/9304.

Office darum, angesichts wirtschaftlicher Schwierigkeiten die eigenen Pfründen zu wahren. Der Umfang dieser Medienarbeit blieb jedoch relativ gering: Ende der 1920er Jahre waren nur noch ein ziviler Angestellter und ein Assistent für die Medienarbeit des War Office zuständig.[50] Verglichen mit der vollständig ausgelagerten Rekrutierungsarbeit vor dem Ersten Weltkrieg war jedoch auch dies eine bemerkenswerte Veränderung. Medienarbeit war nunmehr institutionell in das War Office integriert worden und wurde routiniert betrieben.

Auch die Royal Air Force (RAF), die erst im letzten Kriegsjahr mitsamt ihren Medienspezialisten gebildet worden war, schrumpfte mit dem Ende des Krieges. Dennoch sicherte der medienerfahrene General Swinton als Controller of Information der jungen Teilstreitkraft das Wohlwollen der Medienvertreter: Er beschleunigte die Informationsausgabe, indem er von schriftlichen Meldungen auf telefonische Kontakte wechselte, und folgte ansonsten dem Rat der Medienvertreter, die eigenen Verfahren an denjenigen der Admiralty zu orientieren.[51]

Inhaltlich allerdings wurde die Admiralty schnell zum Konkurrenten der RAF. Nach dem Kriegsende argumentierte Beatty gegen eine unabhängige Luftwaffe. Er wollte die Marineflieger des Fleet Air Arm wieder der eigenen Kontrolle unterstellen. Der CAS und spätere Luftmarschall Sir Hugh Trenchard war anderer Meinung.[52] Er, der für die RAF eine ähnliche Rolle einnahm wie Tirpitz für die deutsche Marine, setzte sich immer wieder für ‚seine' Teilstreitkraft ein, vor allem bevor sich das CID 1923 nachdrücklich hinter sie stellte.[53] Er verteidigte die RAF vor dem Kabinett und bei Geddes ebenso, wie er sich gegenüber Beatty und dem Chief of the Imperial General Staff (CIGS) Wilson für sie stark machte.[54] Auch mediale Angriffe auf die RAF nahm er durchaus ernst.[55] In den direkten Nachkriegsjahren waren diese nicht selten. So stieß Churchill in den Medien auf breite Kritik, als er im Dezember 1919 seine Ideen als Secretary of State for Air im Parlament vorstellte. Selbst der frühere President of the Air Council (das Vorgängeramt des Secretary of State for Air), Lord Rothermere, zählte zu den Kritikern.[56] Im November 1921 griff Wilson den Luftkrieg als solchen an, da sich dieser gegen Frauen und Kinder richte. Weite Teile der Presse verwandelten seine Argumentation in eine Kampagne gegen die RAF, die von der Marine angeheizt wurde.[57]

[50] Mackenzie, Films, S. 11; Temple Willcox, Towards a Ministry of Information, in: History 69 (1984), S. 398–414, hier S. 398.

[51] Press Committee, Protokoll, 14. 5. 1920 und 26. 11. 1920, TNA, Defe 53/1.

[52] Hubert Raymond Allen, The Legacy of Lord Trenchard, London 1972, S. 34 f.; Boyle, Trenchard, S. 347–351.

[53] Damit wurde der Chief of the Air Staff zum gleichberechtigten Berater des Gremiums auf Augenhöhe mit dem CIGS und dem First Sea Lord, Boyle, Trenchard, S. 488–493.

[54] Allen, Trenchard, S. 38 f.; Boyle, Trenchard, S. 401–406; siehe auch Gavin Lyall, Trenchard, in: Michael Carver (Hrsg.), The War Lords. Military Commanders of the Twentieth Century, Boston 1976, S. 176–187.

[55] Boyle, Trenchard, S. 467.

[56] Allen, Trenchard, S. 38; Boyle, Trenchard, S. 352–356.

[57] Boyle, Trenchard, S. 409 f.

Eigene Medienarbeit setzte Trenchard diesen Angriffen jedoch kaum entgegen. Zwar hatte er schon im Mai 1918 Repington mit Argumenten für eine unabhängige Luftwaffe versorgt. Auch die von ihm gegründete RAF-Kapelle verhalf der Teilstreitkraft zu medialer Präsenz, spielte sie doch als erste Militärkapelle vom Marconi House der BBC aus im Radio.[58] Darüber hinaus fanden auch die 1920 von Trenchard eingeführten jährlichen Flugvorführungen ein positives Echo in den Medien.[59] In derlei praktischen Inszenierungen galt er als Perfektionist.[60] In Sachen Medienarbeit war er mit Tirpitz oder Fisher jedoch nicht vergleichbar. Dies allerdings war in der Zwischenkriegszeit auch nicht notwendig: Im März 1922 erschien in der *Times* eine Artikelserie über die Luftmacht Frankreichs. In ihrem Gefolge entstand eine öffentliche Debatte über die Möglichkeiten der Flugzeuge, nicht unähnlich den früheren *Navy Scares*, in der auch von Politikern wie Arthur Balfour gefordert wurde, dass die RAF fortan Großbritanniens Schild sein müsse. Dies war bis dato die Rolle der Marine gewesen, der Balfour selbst in Teilen des Ersten Weltkriegs als First Lord vorgestanden hatte.[61] Hinter den anonym verfassten Artikeln stand der gerade in den Ruhestand gegangene Brigadegeneral Percy Groves; er lehnte zwar die strategischen Ideen Trenchards ab, war aber als ehemaliges Mitglied des Air Staff von der Bedeutung der unabhängigen Luftstreitkräfte überzeugt.[62] Die RAF hatte, wie Churchill feststelle, Freunde, die sich vor und hinter den Kulissen für sie einsetzten. Zu diesen Freunden rechnete er auch einen „weighty support in the press."[63] Trenchard musste kaum selbst Medienarbeit für die RAF betreiben; sie fand ohnehin statt. Neben ‚Freunden' in den Medien und in politischen Kreisen war hierfür seit 1919 vor allem die äußerst rührige Press Section des Air Ministry unter ihrem langjährigen Leiter Robertson verantwortlich, der sich laufend für gute Beziehungen zu den Medienvertretern stark machte.[64] Wie bereits erwähnt, wurde die positive Presse der RAF von den anderen Teilstreitkräften teils gar als Bedrohung wahrgenommen.[65]

Obwohl also mit dem Ende des Ersten Weltkriegs die Institutionen für die Medienarbeit geschrumpft waren, blieb die institutionalisierte Medienarbeit in den Streitkräften beider Länder erhalten. Von der Sonderrolle der deutschen Ma-

[58] Ebd., S. 308 f., 359 f.; die *Central Band* war 1922 die erste Militärkapelle, die aus dem Marconi House der BBC übertragen wurde, siehe Royal Air Force Music Services, History Timeline, online unter http://www.raf.mod.uk/rafmusic/aboutus/historytimeline.cfm (zuletzt geprüft am 12. 7. 2012).

[59] Boyle, Trenchard, S. 373–375; die letzte fand 1937 statt, danach wurde die Tradition 1950 wieder aufgenommen, Vincent Orange, Slessor. Bomber Champion. The Life of Marshal of the Royal Air Force Sir John Slessor, GCB, DSO, MC, London 2006, S. 201.

[60] Allen, Trenchard, S. 70.

[61] Zu Balfours Haltung siehe Robert Boyce, The Great Interwar Crisis and the Collapse of Globalization, Houndmills 2009, S. 123 f.

[62] Boyle, Trenchard, S. 418–421.

[63] Churchill an Chamberlain, 11. 3. 1922, CASC, TREN 1.

[64] Schriftwechsel in TNA, Air 2/13907; siehe auch oben, Kapitel 5.2.

[65] Bond, Military, S. 33, siehe auch 85–87. Die geringe Größe der Sektion, die Mackenzie beschreibt, schien sich also nicht negativ auf ihre Effektivität auszuwirken, siehe Mackenzie, Films, S. 11.

rine abgesehen war die Medienarbeit damit nach dem Krieg fester im Militär integriert, als dies zuvor der Fall gewesen war; und innerhalb der Reichswehr verfügte auch die Marine nach wie vor über institutionalisierte Medienarbeit. Zunächst leitete gar ein ehemaliger Mitarbeiter des Nachrichtenbüros ihre zentrale Nachrichtenstelle. Die Beharrungskräfte der institutionalisierten Medienarbeit sind unübersehbar. Hinzu kam auch in der frühen Nachkriegszeit die suggestive Faszination, die sie auf die Streitkräftespitzen ausübte. Dies galt gerade für die Spitzen des deutschen Militärs, aus deren Sicht die in Umfang und Bewaffnung begrenzte Reichswehr selbst eine Krise der deutschen militärischen Tradition darzustellen schien. Sie hofften darauf, mithilfe der Medienarbeit das Ansehen des Militärs wieder zu verbessern und seine Versorgung mit Ressourcen zu sichern. Gerade Letzteres war auch für die britischen Teilstreitkräfte ein wichtiger Grund, die Medienarbeit zu betreiben. Hier kam zudem die Konkurrenz untereinander hinzu, insbesondere die teils offen ausgefochtenen Streitigkeiten um die Unabhängigkeit der RAF. Dieses Aufeinander bezogen sein galt nicht nur für die Inhalte und Ziele der Medienarbeit. Die Medienspezialisten der britischen Teilstreitkräfte orientierten sich auch in ihren Verfahrensweisen aneinander, insbesondere an der Admiralty, die von den Medienvertretern am Kriegsende immer wieder gelobt wurde. Gegenüber dieser internen Dynamik, die in Deutschland durch die Struktur der Reichswehr entfiel, hatte der transnationale militärische Raum an Bedeutung verloren. Dies ist ein Hinweis darauf, dass hinter der Medienarbeit eben keine konkreten, beweisbaren Ergebniserwartungen standen, sondern ‚weichere' Faktoren, Wirkungsannahmen, Routinen. Ansonsten wäre der Antrieb stärker gewesen, auch außerhalb der eigenen Streitkräfte nach den besten, effektivsten Vorbildern zu suchen. Auch als die Medienarbeit für Ansehen und Ressourcen in der zweiten Hälfte der Zwischenkriegszeit wieder intensiviert wurde, blieb dieser nach innen gerichtete Blick dominant. Allerdings wurden nun die durch die verschiedenen Medienbilder geprägten Unterschiede in der Medienarbeit wieder deutlich sichtbar.

Der Frieden als Krise – Die Ausweitung der Medienstrategien für Ansehen und Ressourcen in der späten Zwischenkriegszeit

In Großbritannien verschärfte sich die nach dem Krieg grundsätzlich angespannte Haushaltslage ab 1929 noch einmal.[66] Aus Sicht der Streitkräftespitzen war die Grenze des Erträglichen erreicht. Daher intensivierten die Teilstreitkräfte ihre Bemühungen um die Haushaltsmittel mit dem Ziel, den Verteidigungshaushalt insgesamt zu erhöhen.[67] Zuerst weitete die Royal Navy angesichts dieser kritischen

[66] C. I. HAMILTON, British Naval Policy, Policy-Makers and Financial Control, 1860–1945, in: War In History 12 (2005), S. 371–395, hier S. 384; vgl. auch, zur krisenhaften Wahrnehmung der eigenen Rüstungslage, CHALMERS, Beatty, S. 375 f.; für das War Office BOND, Military, S. 33.

[67] JOHNSON, Committee, S. 201 f.

Lage die Werbung für sich selbst im Rahmen der jährlichen *Navy Week* sowie in Presseartikeln und BBC-Interviews aus, die zunehmend größere Hörerzahlen erreichten. Bereits 1929 waren zwei Millionen Lizenzen für den Radioempfang in Großbritannien vergeben worden.[68] An den Veröffentlichungen waren anonym auch aktive Offiziere beteiligt.[69] Nach dem Vorbild der USA (eine Ausnahme angesichts der dominant gewordenen Binnenorientierung) setzte die Marine zudem verstärkt auf Fotografie und Film. Unter strengen Auflagen durften sogar ausländische Kamerateams ihre Schiffe ablichten.[70] Am 4. Februar 1935 betonte der Director of Naval Intelligence (DNI) Dickens, dass der bevorstehende Naval Review die Gelegenheit biete, die Marine vor den Augen Großbritanniens, des Empires und der Welt darzustellen. Seiner Ansicht nach waren gut präsentierte Flottenparaden bestens geeignet, die Marine populär zu machen. Daher forderte er, die Medienvertreter bei der Parade zuvorkommend zu behandeln und zu unterstützen.[71] Die Admiralty und der zuständige Kommandant in Portsmouth pflichteten ihm bei.[72] Handfeste Ergebnisse blieben aus. Noch in der Mitte der 1930er Jahre hatte die Royal Navy nicht das Budget, das ihre Spitze um den First Lord Duff Cooper gern gesehen hätte.[73] Dennoch wurde die Medienarbeit noch einmal ausgeweitet, als Churchill dessen Nachfolge antrat. Ende 1937 wertete er die institutionelle Stellung des zuständigen Offiziers, Kapitän zur See Brooking, auf.[74]

Die beiden anderen Teilstreitkräfte begannen in den 1930er Jahren ebenfalls, ihre Medienarbeit auszubauen. Mit ihrer Hilfe wollten sie auch das seit dem Krieg gesunkene öffentliche Interesse zurückzugewinnen. Die Medienspezialisten des Air Ministry hofften im Sinne der RAF, „air-mindedness“ bei der britischen Bevölkerung herstellen zu können.[75] Gezielt nutzte Robertson dabei den technischen Charakter der Luftwaffe. Neue Strecken- oder Geschwindigkeitsrekorde waren für die Medien von großem Interesse.[76] Auch neue Medientechnologien wurden von der RAF erprobt. Am 19. Oktober 1938 fand eine erste Fernsehaus-

[68] Schreiben an den DNI Usborne, 27. 2. 1931, TNA, Adm 1/8775/118; Marquis, Wind, S. 390.

[69] Schreiben der Admiralty an den Commander-in-Chief Portsmouth, 4. 4. 1931, TNA, Adm 1/8775/118.

[70] Schriftwechsel aus 1932 in TNA, Adm 1/8775/118; Mackenzie, Films, S. 13, 16; die Filmwirtschaft unterstand in Großbritannien keiner direkten Regierungskontrolle, über das British Board of Film Censors und persönliche Kontakte gelang es allerdings in den 1930ern immer wieder, pazifistische Tendenzen in Filmen zu unterdrücken, siehe Pronay, Rearmament, S. 70–73.

[71] Schreiben Dickens, 4. 2. 1935, TNA, Adm 116/3015.

[72] Verschiedene Schreiben aus dem Februar 1935, Schriftwechsel Commander-in-Chief Portsmouth und Admiralty im Mai 1935, TNA, Adm 116/3015; bei alledem behielt Dickens auch die Informationssicherheit im Auge, siehe Schreiben Dickens, 14. 5. 1935, TNA, Adm 116/3015.

[73] Duff Cooper, Das läßt sich nicht vergessen, München 1954, S. 258, 269, 272, 280.

[74] Mackenzie, Films, S. 63 f.; vermutlich Samuel Brooking.

[75] Erste Sitzung des Publicity Committee des Air Ministry, 5. 2. 1937 (das ersetzte das vorherige Publicity and Films Committee), TNA, Air 2/10210; siehe auch Memorandum, März 1938, TNA, Air 2/2812.

[76] Verschiedene Einzelfälle zwischen 1936 und 1939 in TNA, Air 2/1894 und Air 2/3489.

strahlung von einer Air Force Station aus statt, bei der Starts und Landungen gezeigt wurden. Die Presse, so urteilten die RAF-Medienspezialisten später, habe das Experiment trotz atmosphärischer Störungen sehr positiv aufgenommen.[77] Solche medialen Reaktionen auf die eigene Arbeit waren für sie der entscheidende Gradmesser für den Erfolg ihrer Arbeit.[78] Ob derlei tatsächlich Konsequenzen für das eigene Ansehen außerhalb der Schlagzeilen hatte, wurde nicht hinterfragt.

Das War Office war in den Jahren vor der Genfer Abrüstungskonferenz von 1932 darum bemüht, den im Vergleich mit den französischen Streitkräften beschränkten Umfang der eigenen Armee zu betonen. Dies sollte helfen, den seit 1919 schrumpfenden Haushalt aufzubessern.[79] Drei Jahre nach der Konferenz galt die eigene Mittelversorgung jedoch noch immer als kritisch. Ein eigens eingerichtetes Committee on Press and Publicity Arrangements in the War Office, in dem unter anderem der Generaldirektor der Territorial Army, Generalleutnant Sir Charles Bonham-Carter, und der für Personalfragen zuständige Military Secretary Generalleutnant Sir Charles Deedes vertreten waren, sah den Grund dafür in der mangelnden Medienpräsenz des Heeres. Nur drei Zeitungen – noch immer das dominante Medium[80] – besäßen feste Militärkorrespondenten, und das Komitee war überzeugt, dass dies ein Grund für die schlechte Haushaltslage sei: „We maintain that the Army has a ‚bad press' to-day, and its reactions on public opinion has a serious effect on the morale of officers and men and also makes it increasingly difficult for the Army to get its deserts in Parliament."[81] Die infolge des Ersten Weltkriegs veränderte Wahrnehmung der Medienarbeit wurde hier auf den Punkt gebracht: Medienarbeit war keine optionale Beschäftigung mehr, der einzelne Streitkräftevertreter nachgingen. Sie galt innerhalb der Militärführung als notwendig, um die eigene grundlegende Versorgung sicherzustellen.[82] Daher sollte die Medienarbeit verstärkt werden.

Wenn man auf die Medien einginge, so meinte das Komitee, ihre Bedürfnisse beachtete und sie mit aktuellen Informationen versorgte, würden diese neugierig und von sich aus vermehrt und positiv über das Heer berichten.[83] Der Ansatz war typisch für Großbritannien, wo die Medienvertreter als gesellschaftliche Akteure ernst genommen und als wertvolle Verbündete geradezu umworben wurden. Als

[77] Fortschrittsbericht der Publicity Committee des Air Ministry, 22. 10. 1938, TNA, Air 10210.

[78] In diesem Sinne zählten sie laufend Zeitungsartikel zu Luftfahrtthemen, Memorandum des Publicity Committee des Air Ministry, 26. 2. 1937, TNA, Air 2/10210.

[79] Siehe Schriftwechsel innerhalb des War Office, TNA, WO 32/3576; zur Haushaltsentwicklung Bond, Military, S. 33.

[80] Siehe für Großbritannien Connelly, British, S. 40; für Deutschland Führer, Massenmedium, S. 412, 421–423.

[81] Bericht, Committee on Press and Publicity Arrangements in the War Office, 17. 1. 1935, TNA, WO 33/1369; Beispiele für die öffentliche Kritik am War Office bietet Bond, Military, S. 38–41; siehe auch ebd., S. 95–97 und, für den Zusammenhang zwischen öffentlichem Ansehen und Finanzen, S. 212.

[82] Beachte auch die entsprechenden Überlegungen Theodor Geigers zur Werbebranche in der Zwischenkriegszeit, Geiger, Kritik, S. 495–497.

[83] Siehe zu diesem Phänomen auch Curran und Seaton, Power, S. 337.

Vorbild für die Art der gewünschten Medienarbeit galt die RAF – auch wenn deren Presseabteilung, in der unter Robertson allein sieben Offiziere tätig waren, als übertrieben groß galt.[84] Innerhalb des Heeres setzten sich diese Ideen jedoch nur langsam durch. Noch im Sommer 1935 versuchte das War Office, Gebühren für Filmaufnahmen eigener Veranstaltungen einzutreiben. Erst nach einer Beschwerde der Medien verzichtete es darauf, sich so selbst aus den Nachrichten herauszuhalten; die anderen Teilstreitkräfte hatten diese Lektion längst gelernt.[85] Der erweiterten Medienarbeit zum Trotz stieß die von den Heeresspitzen gewünschte Aufrüstung in der Regierung weiterhin nur auf geringes Interesse.[86] Also wurde die Medienarbeit weiter ausgebaut. Namentlich wurde die Zusammenarbeit mit Filmfirmen intensiviert, und 1937 entstand ein neues Directorate of Public Relations. Sein Leiter wurde auf Wunsch des Secretary of State for War Leslie Hore-Belisha der zum Generalmajor ernannte Publizist John Beith, der schon im Ersten Weltkrieg Erfahrung mit der Medienarbeit gesammelt hatte.[87]

Angesichts zunehmender internationaler Spannungen in den späten 1930er Jahren erweiterten alle drei Teilstreitkräfte ihre Medienarbeit noch einmal. Konkretes Ziel der Anstrengungen war nun die Rekrutierung, beziehungsweise die Werbung der besten Kandidaten nach der Einführung der Wehrpflicht im April 1939.[88] Für die Medienspezialisten war die Rekrutierungsarbeit ein dankbares Feld, diente doch die Rekrutenzahl nach einem „Recruiting ‚drive'",[89] wie es im War Office hieß, als ‚Beweis' für den Überzeugungserfolg der Medienarbeit.[90] Auch die Treasury schätzte diese Möglichkeit, das für Medienarbeit ausgegebene Geld zu rechtfertigen. Gerade die Kampagnen der Admiralty zum Jahreswechsel 1937/1938 galten hier als sehr erfolgreich. Sie hätten nicht nur zu erhöhten Rekrutenzahlen Anfang 1938 geführt, sondern die Medien auch dazu gebracht, von sich aus über die Marine zu berichten.[91] Auch die Marinespitze war von der Leistung ihrer Spezialisten überzeugt und erhöhte deren Mittel, schuf gar bei der Press Section ein separates Recruiting Publicity Office.[92] Besonders aktiv war auch hier die RAF. Bereits 1935 hatte sie, angesichts einer geplanten Vergrößerung, mit einer

[84] Bericht, Committee on Press and Publicity Arrangements in the War Office, 17. 1. 1935, TNA, WO 33/1369. Beispiele für kritische Artikel liefert Bond, Military, S. 140 f., 175.

[85] Schriftwechsel im War Office zwischen Juni und August 1935, TNA, WO 32/3020.

[86] Siehe Pronay, Rearmament, S. 58–64.

[87] Mackenzie, Films, S. 19, 92; zur amerikanischen Begrifflichkeit der Public Relations in diesem Zusammenhang siehe Select Committee on National Expenditure, Sub-Committee on Fighting Services. Army M.90. Directorate of Public Relations, 11. 9. 1942, TNA, WO 193/252.

[88] Bond, Military, S. 309–311.

[89] Bericht, Committee on Press and Publicity Arrangements in the War Office, 17. 1. 1935, TNA, WO 33/1369.

[90] Zu Grenzen der Rekrutierungswilligkeit in Militär und Politik vor dem Hintergrund der Erfahrungen des Ersten Weltkriegs Bond, Military, S. 215–218; siehe ebd., S. 300 f., zu veränderten Haltungen angesichts veränderter öffentlicher Meinung Anfang 1939.

[91] Undatierter Bericht in TNA, Adm 116/3987.

[92] Memorandum aus dem Januar 1938, TNA, Adm 116/3987; siehe auch Schreiben an Director of Naval Recruiting, 12. 5. 1939, TNA, Adm 1/10014 und Schreiben desselben vom 15. 5. 1939, ebd.

großangelegten Rekrutierungskampagne begonnen, deren wichtigster Bestandteil die Medienarbeit war.[93] Ab Herbst 1937 sollte eine intensivierte allgemeine Medienarbeit für die RAF in ihrem Umfeld deren Wirkung noch einmal verstärken. Als Vorbild galten frühere Kampagnen der Admiralty und des War Office.[94] Filmen wurde besondere Aufmerksamkeit geschenkt.[95] Der medienaffine Secretary of State for Air, Sir Howard Kingsley Wood, unterstützte die Anstrengungen.[96] Er genehmigte zusätzliche Mittel und forderte alle Abteilungen auf, eng mit Robertson und der Press and Publicity Branch zu kooperieren.[97] Kingsley Wood arbeitete auch persönlich an der Kampagne mit, indem er die Unterstützung hochrangiger Medienvertreter einwarb. Einem Schreiben an E. Davies von der Press Association ist zu entnehmen, dass der Secretary of State die im Verlauf der Kampagne eingetretenen 31 000 Rekruten explizit auf die Medienarbeit zurückführte.[98] Schließlich dienten die intensivierten Bemühungen Robertson als Argument für den weiteren Ausbau seiner Abteilung. Am 2. Februar 1939 konstatierte er, dass diese durch die Rekrutierungskampagne zusätzlich zur normalen Arbeit völlig überlastet sei, weswegen er Reformen vorschlug, unter anderem Beförderungen für viele seiner Mitarbeiter und sich selbst.[99] Damit liefert die RAF ein prägnantes Beispiel für die Rolle der Spezialisten bei der Verankerung der Medienarbeit innerhalb des Militärs. Wie in Großbritannien, so wurde deren Intensität auch in Deutschland in der späten Zwischenkriegszeit deutlich erhöht.

Hier hatte sich Groener zu Beginn seiner Amtszeit Anfang 1928 darauf konzentriert, die Berichterstattung über das Militär zu beeinflussen, um so ganz in der Tradition der deutschen Heeres-Medienarbeit Kritik an der Reichswehr zu verhindern. Als die Position der Streitkräfte innerhalb der Regierung immer stärker wurde, gab er diese Strategie auf und wendete sich einer aktiveren Medienarbeit zu, um das Ansehen der Streitkräfte zu verbessern.[100] Ihr ‚Erfolg' war ebenso äußeren Umständen geschuldet wie derjenige der Marine-Medienarbeit in der Zeit der Marinebegeisterung zu Jahrhundertbeginn. Laut Wolfram Wette war an der Wende zu den 1930er Jahren ein positiver Wandel in der Medienberichterstattung

93 Details zur Rekrutierungsarbeit und zur Kooperation mit BBC und News-Reel-Firmen in TNA, Air 2/3804, insbesondere Robertsons Schreiben vom 13. 4. 1938.

94 Insbesondere die Arbeit des War Office mit Postern galt als vorbildlich, TNA, Air 2/3983; zur Analyse der eigenen Arbeit von 1935 TNA, Air 2/3804.

95 Mackenzie, Films, S. 23.

96 Details zu den Vorgehensweisen der Medienarbeit in TNA, Air 2/3959; Kingsley Wood hatte schon auf vorherigen Posten intensive Medienarbeit betrieben, siehe Pronay, Rearmament, S. 63 f.

97 Schreiben vom 29. 9. 1937 und 13. 10. 1937, TNA, Air 2/2812; zur Mittelerhöhung siehe Treffen zwischen dem Secretary of State und dem Publicity Committee, 9. 6. 1938, TNA, Air 2/3408 und TNA, Air 2/3983.

98 Schreiben Kingsley Woods, 3. 3. 1939 und Antwort von Davies, 6. 3. 1939, TNA, Air 19/44; vgl. zur Erfolgsmessung 26. Sitzung des Publicity Committee des Air Ministry, 8. 4. 1938, TNA, Air 2/10210.

99 Schreiben Robertsons, 2. 2. 1939, TNA, Air 4038; die Debatte wurde im Krieg fortgesetzt, TNA, Air 2/4040.

100 Hürter, Groener, S. 210–216.

über das Militär zu beobachten.[101] Anlässlich der Herbstmanöver 1930 formulierte Groener als Ziel der Medienarbeit das „Wecken bzw. Stärken des Wehrwillens im ganzen Volk."[102] Das immer häufiger als ‚Wehrmacht' bezeichnete deutsche Militär sollte offen popularisiert und die Bevölkerung kriegsbereit gemacht werden. Daher wurden Medienvertreter zu wichtigen Gästen bei militärischen Veranstaltungen erklärt.[103] Der Empfängerkreis militärischer Nachrichten war nach der nochmaligen Ausweitung der Medienarbeit durch Schleicher im Spätsommer 1932 auf über 700 Adressaten angewachsen, darunter auch ausländische Journalisten. Ausgeschlossen blieben allein kommunistische Zeitungen.[104] Von diesen abgesehen sollten die Mitglieder des Heeres, so ordnete es General Kurt von Hammerstein-Equord an, vertrauensvoll mit den Medienvertretern umgehen. Er forderte „Stimmungsbilder" und sogar „sachliche Kritik durch die Presse", während unerwünschte Themen über vertrauliche Absprachen ausgeklammert wurden.[105] Darüber hinaus genehmigte und begrüßte Hammerstein-Equord eine Sammelbilderserie des Verlags Franz Lindner zur Wehrmacht.[106] Die Streitkräftespitzen waren sich also ebenso wie ihre Medienspezialisten sicher, dass gute Kontakte bis hin zu lokalen Medien das Ansehen der Streitkräfte positiv beeinflussten.[107] Unter der von Propagandabegeisterung geprägten NS-Herrschaft wurde die Medienarbeit weiter intensiviert. Dabei kooperierten die Medienspezialisten der Wehrmacht mit der Partei und dem RMVP.[108] Sie hatten erklärtermaßen ein starkes „Interesse daran, daß sich die Presse mit uns [dem Militär, CG] beschäftigt, auch daß z. B. unsere Teilnahme an den großen Veranstaltungen des Staates und der Partei nicht verschwiegen wird."[109]

Wie in Großbritannien sollte mit der vermehrten Medienarbeit auch die Ressourcenversorgung angekurbelt werden, vor allem in Form von Rekruten. Nach-

[101] Wette, Ideologien, S. 27 f., 95 f., 123 f.

[102] Notiz, BAMA N 46/150, Bl. 46, zitiert nach Hürter, Groener, S. 145. Siehe für ähnliche Forderungen auch Blau, Propaganda, S. 30; Kurt Hesse, Persönlichkeit und Masse im Zukunftskrieg. Eine Diskussion junger Offiziere über den Krieg und seine psychologischen Probleme, Berlin 1933, S. 22 f.

[103] Reichswehrminister 738.32 W III a/c, 10. 2. 1932, setzte die vorher gültigen Regeln der Chefs der Heeresleitung und der Marineleitung aus dem Juli 1929 außer Kraft, BAMA, RH 12/5 v. 43, Bl. 4; siehe ferner Eichler, Reichswehr, S. 222–224; Uziel, Propaganda, S. 48 f.; Wette, Ideologien, S. 123 f.

[104] Bericht der Pressegruppe, W III, 19. 11. 1932, BAMA, RH 1/22, Bl. 15–19; Eichler sieht hier einen entscheidenden Schritt hin zur aktiveren Medienarbeit, Eichler, Reichswehr, S. 243–246.

[105] Chef der Heeresleitung 738.32 W III a, 10. 2. 1932, BAMA, RH 12/5 v. 43, Bl. 5.

[106] Chef der Heeresleitung 1423/32, 1 v 40 W III b, 22. 7. 1932, BAMA, RH 12/5 v. 43, Bl. 11; vgl. Uziel, Propaganda, S. 49; für eine spätere Variante Neugebauer, Machtfaktor, S. 214.

[107] Beitrag für die Ausführungen Chefs W vor dem Ic/a.o., 4. 5. 1932, BAMA, RW 6/38; ferner Martin, Goebbels, S. 17; Kritik an einer Überbetonung von ‚Propaganda' durch die Streitkräftespitze darf nicht als allgemeine Abneigung gegenüber Medienarbeit verstanden werden, siehe z. B. Eichler, Reichswehr, S. 222 f.

[108] Siehe oben, Kapitel 5.1.4; ferner Sywottek, Mobilmachung, S. 37–39, 55–63; Uziel, Propaganda, S. 54–64.

[109] Vortrag des Leiters der Pressegruppe im Reichswehrministerium bei einer Pressebesprechung im RMVP, 18. 1. 1935, BAMA, RW 6/56; siehe auch Wette, Ideologien, S. 94–99.

dem 1935 die Wehrpflicht eingeführt worden war – für die deutschen Streitkräfte eine entscheidende Veränderung –,[110] legten die Teilstreitkräfte Wert darauf, Freiwillige für die eigenen Laufbahnen zu gewinnen, die als besonders motiviert galten.[111] Daher lag es laut Fritsch „im Interesse des Heeres, die Berichterstattung über Truppenübungen zur Propaganda für das Heer auszunutzen."[112] Besonderes Interesse an begeisterten jungen Männern zeigte auch die nun offiziell gegründete und rasch expandierende Luftwaffe. Wie die RAF gab sie sich technikaffin und setzte gezielt auf filmische Mittel; den anderen Teilstreitkräften galt sie als „angeberisch."[113] Da ihre Medienarbeit nicht durch das Reichswehrministerium, sondern durch eine Pressegruppe im Reichsluftfahrtministerium erledigt wurde, war es kaum möglich, ihre Interessen in der Medienarbeit mit denen von Heer und Marine zu koordinieren. Dennoch bemühte sich die zentrale Pressegruppe der Wehrmacht darum.[114] Da sie die Medienarbeit der Luftwaffe nicht begrenzen konnte, bedeutete ein Interessenausgleich unweigerlich verstärkte Medienarbeit bei den anderen Teilstreitkräften. Entsprechend wurden 1936 die Seestreitkräfte zu erhöhten Anstrengungen aufgefordert, da die Marine zu wenig Ansehen genieße. Filme sollten auch ihr helfen, populär zu werden.[115] Im folgenden Jahr ordnete das Wehrmachtamt dann „gute und geschickte Propaganda" für die Infanterie an, 1938 stellte sich Keitel persönlich hinter dieses Ansinnen.[116] In den letzten Monaten vor Kriegsbeginn folgte auf Wunsch des OKW eine weitere Kampagne für die Marine. Es sah die Seestreitkräfte gegenüber den beiden anderen Teilstreitkräften im Nachteil, da sie im Inland weniger physisch präsent war.[117] An der Heeresspitze stießen die erheblich vermehrten Bemühungen auch auf Kritik: An-

[110] Kroener, Recht, S. 71; siehe zur Vorbereitung eines Medienkrieges unten, Kapitel 6.2.

[111] Christian Kehrt, Moderne Krieger. Die Technikerfahrungen deutscher Militärpiloten 1910–1945, Paderborn 2010, S. 238f.

[112] Oberbefehlshaber des Heeres 510.36, 22. 1. 1936, BAMA, RW 6/167, Bl. 18. Neben der Medienarbeit wurde zum Beispiel an Schulen für die Teilstreitkräfte geworben, siehe Sywottek, Mobilmachung, S. 76f.

[113] Sommerfeldt, OKW, S. 18; ferner Kehrt, Krieger, S. 235f.; zum Filmeinsatz siehe Rogg, Luftwaffe, S. 343–348, insbesondere S. 346; siehe auch Jan Kindler, ‚Wo wir sind, da ist immer oben'. Zur Inszenierung der Luftwaffe im NS-Kulturfilm, in: Bernhard Chiari, Matthias Rogg und Wolfgang Schmidt (Hrsg.), Krieg und Militär im Film des 20. Jahrhunderts, München 2003, S. 401–438, hier S. 407; Rolf Seubert, ‚Junge Adler'. Technikfaszination und Wehrhaftmachung im nationalsozialistischen Jugendfilm, in: Bernhard Chiari, Matthias Rogg und Wolfgang Schmidt (Hrsg.), Krieg und Militär im Film des 20. Jahrhunderts, München 2003, S. 371–400, hier S. 379–384.

[114] Wette, Ideologien, S. 125. Grundlegend zur Konkurrenz der deutschen Teilstreitkräfte untereinander und mit dem OKW Deist, Aufrüstung, S. 500–509.

[115] Bericht der Pressegruppe zum Lagebericht über Innenpolitik, 14. 10. 1936, BAMA, RW 6/160; siehe auch undatiertes und nicht gezeichnetes Memorandum zur Film- und Bildpropaganda der Marine, worin die Produktion verschiedener Filme dokumentiert ist, BAMA, RW 6/160; ferner Sywottek, Mobilmachung, S. 76f., 88, 171–173; zur Popularisierung der Seerüstung Dülffer, Marine, S. 359f., 366–369.

[116] Niederschrift über besondere Hinweise anläßlich der Tagung der Standortpresseoffiziere Juni 1937, BAMA, RW 6/167, Bl. 72–74; OKW 1210/38 geheim, 3. 6. 1938 und Anordnung des Heeresgruppenkommandos 5, 2. 7. 1938, beide BAMA, RW 6/167, Bl. 85.

[117] OKW I r WFA/WPr IIc 655/39, 17. 7. 1939, BAMA, RW 4/240, Bl. 71–75.

fang 1939 klagte sie, die Medienarbeit habe den Eindruck erweckt, die Teilstreitkräfte stünden in offener Konkurrenz zueinander. Außerdem sei sie im Umfang übertrieben worden.[118] Dennoch wurde die Medienarbeit mit dem Segen des OKW weiter intensiviert. Neben dem Film spielte auch der gerade in Deutschland in den 1930er Jahren zum Massenmedium gewordene Rundfunk hierbei eine wichtige Rolle.[119] Er galt den Medienspezialisten der Wehrmacht als hervorragendes „Mittel zur Stärkung der Wehrpropaganda" in Vorbereitung auf einen kommenden Krieg.[120]

Trotz der wichtigen Rolle, die diesen ‚neuen' Medien zugeschrieben wurde, bildeten Zeitschriften und Zeitungen als nach wie vor dominante Medien auch in der späten Zwischenkriegszeit die Grundlage der militärischen Medienarbeit.[121] Allerdings konnten die Streitkräfte unter der NS-Herrschaft den Umgang mit diesen gegenüber den 1920er Jahren deutlich ändern: Zeitschriften, die in wirtschaftliche Schwierigkeiten gerieten, wurden nicht länger unterstützt. Blomberg ließ sich von Goebbels 1935 sogar zusichern, dass keine neuen privaten Wehrillustrierten gegründet würden.[122] Das Militär wollte die eigene Popularisierung nicht länger Medienvertretern (oder Parteimedien) überlassen. Stattdessen gründete es eine eigene Zeitschrift: *Die Wehrmacht* erschien ab 1936 als populäre Ergänzung zu Fachblättern wie *Wissen und Wehr*, der *Militärwissenschaftlichen Rundschau* oder *Marinerundschau* und sollte gezielt andere Wehrillustrierte verdrängen.[123] Die Zeitschrift sollte die Verbindung des Militärs zur Öffentlichkeit stärken und ihm einen „maßgebenden Einfluß auf die öffentliche Meinungsbildung in allen

[118] Siehe OKH 1007/39 AHA/Ag/E (Id), 6. 2. 1939, BAMA, RW 4/239, Bl. 30–32 und Weiterleitung der Richtlinien durch OKW an Marine und Luftwaffe, 24. 2. 1939, ebd. Bl. 34; zur vorhergehenden Abstimmung zwischen OKH und OKW ebd., Bl. 112; die Konkurrenzsituation zu Beginn der 1930er Jahre schildert Hubatsch, Admiralstab, S. 197.

[119] Uziel, Propaganda, S. 49. Zur zunehmenden Ausbreitung des Radios in den 1930er Jahren Bernhard Fulda, Press and Politics in the Weimar Republic, Oxford 2009, S. 3, 218 f.; Edgar Lersch, Mediengeschichte des Hörfunks, in: Helmut Schanze (Hrsg.), Handbuch der Mediengeschichte, Stuttgart 2001, S. 455–489, hier S. 466; Eichler führt neben Bildern, Film, Rundfunk und Presse beispielsweise auch Ausstellungen oder Postkarten, Eichler, Reichswehr, S. 225–230; Fernsehen blieb eine Randerscheinung, Joan Bleicher, Mediengeschichte des Fernsehens, in: Helmut Schanze (Hrsg.), Handbuch der Mediengeschichte, Stuttgart 2001, S. 490–518, hier vor allem S. 497 f.

[120] Vortrag zum Rundfunk auf dem Lehrgang für Presse- und Zensur-Offiziere im August / September 1938, BAMA, MFB 4/15158, Folie 497488–497490, Zitat Folie 497488.

[121] Siehe exemplarisch ‚Die Propagandatätigkeit der Presse im Rahmen der Propaganda im Kriege', Vortrag auf dem Lehrgang für Presse- und Zensur-Offiziere, 1. 9. 1938, BAMA, MFB 4/15158, Folie 497519. Siehe auch oben, Fußnote 80.

[122] Reichskriegsminister und Oberbefehlshaber der Wehrmacht 2120/35 g. J III, 21. 11. 1935, BAMA, RH 53/7/8, Bl. 219; vgl. Presseabteilung J III a, Beitrag zum Lagebericht über Innenpolitik, vermutlich Anfang 1936, BAMA, RW 6/160.

[123] Vgl. OKW 1159/38 g J III d, 3. 5. 1938, wonach die Oberkommandos die Zeitschriften Der Sturm, Arbeit und Wehr, Wehrfront und Volk und Wehr nicht mehr unterstützen durften, BAMA, RH 1/53; siehe auch Beitrag der Pressegruppe zum Lagebericht über Innenpolitik, 14. 10. 1936, zur Verdrängung der bürgerlichen Presse, BAMA, RW 6/160; vgl. Uziel, Propaganda, S. 64. Ende 1938 hatte Die Wehrmacht eine Auflagenhöhe von 500 000 erreicht, Lehrgangsprotokolle, BAMA, MFB 4/15158, Folie 497492.

Wehrfragen" sichern.[124] Der zentrale Unterschied zu Großbritannien in der Art und Weise, wie die militärische Medienarbeit ausgebaut wurde, ist unübersehbar: Medien wurden von den deutschen Streitkräften „ausschließlich als Instrument des Staates" betrachtet. Unter dem Einfluss der Dolchstoßlegende galt dies als wesentliche Lehre des Ersten Weltkriegs.[125] Mit den Details musste sich die Führungsebene nicht befassen. Die eigenen Experten konnten dies übernehmen; ebenso konnte man sich im Zweifelsfall an die zuständigen Regierungsstellen wenden, die bestrebt waren, den umfassenden Lenkungsanspruch der nationalsozialistischen Führung gegenüber den Medien durchzusetzen.[126]

Dennoch: Unabhängig von den verschiedenen Regierungssystemen wurde die Medienarbeit beider Streitkräfte in der zweiten Hälfte der Zwischenkriegszeit intensiviert. Vor dem Hintergrund wirtschaftlicher und politischer Spannungen hofften die militärischen Spitzen, mithilfe der Medienarbeit die eigene Bedeutung geltend machen und so Haushaltsforderungen durchsetzen und ihren Rekrutenbedarf decken zu können.[127] Gerade letzterer Aspekt war für die Medienspezialisten der Streitkräfte ein beliebtes Betätigungsfeld. Am britischen Beispiel wurde deutlich, wie zwischen Rekrutenzahlen und eigener Medienarbeit kausale Verbindungslinien gezogen und diese dann als Argumente für den Ausbau der Medienarbeit verwendet wurden; aber auch in Deutschland erwies sich die Rekrutierung als ein Triebmittel für die Medienarbeit. In beiden Ländern wurde sie auf ‚neue' Medien wie Film oder Rundfunk ausgedehnt, ohne dass für diese Medien jedoch separate Medienstrategien entwickelt worden wären. Ebenfalls in beiden Ländern spielten zivile Politiker eine wichtige Rolle beim Ausbau der militärischen Medienarbeit; sie tolerierten und förderten sie. Auch die latente Konkurrenz der Teilstreitkräfte innerhalb Deutschlands und Großbritanniens trieb die Medienarbeit voran. Von grundlegenden Fragen der Organisation bis hin zum Einsatz bestimmter Medien beobachteten sie sich gegenseitig und waren bestrebt, voneinander zu lernen, wobei in beiden Ländern die vergleichsweise jungen und hochtechnisierten Luftwaffen besonders aktiv waren. Obwohl die anderen Teilstreitkräfte deren besonderen Hang zur Selbstdarstellung ablehnten, folgten sie ihrem Vorbild und intensivierten die Medienarbeit. Die unterschiedlichen Methoden, derer sich die britischen und deutschen Streitkräfte dabei bedienten, zeigen gerade in den letzten Vorkriegsjahren immer deutlicher die verschiedenen Medienbilder der Streit-

[124] Bericht der Pressegruppe zum Lagebericht über Innenpolitik, 14. 10. 1936, BAMA, RW 6/160.

[125] Die Propagandatätigkeit der Presse im Rahmen der Propaganda im Kriege, Vortrag auf dem Lehrgang für Presse- und Zensur-Offiziere, 1. 9. 1938, BAMA, MFB 4/15158, Folie 497524; siehe auch Lehrgangsprotokolle, BAMA, MFB 4/15158, Folie 497478; Rathert, Kriegsberichterstattung, S. 38; ferner Goren, Secrecy, S. 77; Sywottek, Mobilmachung, S. 130.

[126] Zur staatlichen Medienkontrolle im Nationalsozialismus Alexander G. Hardy, Hitler's Secret Weapon. The Managed Press and the Propaganda Machine of Nazi Germany, New York 1967, *passim*; Zimmermann, Medien, S. 85–90, 129–131, 166–170, 257. Beachte auch die positive Wertung des Schriftleitergesetzes, ‚Die Propagandatätigkeit der Presse im Rahmen der Propaganda im Kriege', Vortrag auf dem Lehrgang für Presse- und Zensur-Offiziere, 1. 9. 1938, BAMA, MFB 4/15158, Folie 497520.

[127] Diese Zielsetzung ließ sich auch in den USA beobachten, siehe Uziel, Propaganda, S. 19 f.

kräfte und die Unterschiede in der politischen Kultur beider Länder. Während in Großbritannien Versuche dominierten, das Interesse der Medien zu wecken, um diese zu eigenständiger Berichterstattung zu veranlassen, versuchten die deutschen Streitkräfte, die Berichterstattung möglichst genau zu steuern oder gar einzelne Medienprodukte zu übernehmen. Dieser stärkere Hang zur Kontrolle der Medien ist in Deutschland immer wieder zu beobachten. Er gründete in der Vorstellung eines starken Staats, die hier vorherrschte. Ihr entsprechen die unter der NS-Herrschaft direkt in die Praxis umgesetzten Medienbilder der Streitkräftespitzen, die in den Medien keine dem Militär gleichwertige Gruppe, sondern ein Instrument des Staates ausmachte, das durch dessen Eliten bedient werden konnte. Verstärkt wurde der Wunsch nach einer intensiven Kontrolle der Medien durch die Erfahrungen des Ersten Weltkriegs, der der Dolchstoßlegende zufolge nicht zuletzt wegen der unzureichenden eigenen Medienarbeit verloren worden war. Neben dem verstärkten Kontrollwunsch setzte man vor diesem Hintergrund auf den Medienkrieg, der in der Zwischenkriegszeit gerade in Deutschland Anhänger fand.

6.2 Krieg im Frieden – Der Medienkrieg in der Zwischenkriegszeit

Die Idee, mithilfe der Medienarbeit auch im Frieden Konflikte austragen zu können, hatte im Ersten Weltkrieg um sich gegriffen. In der Zwischenkriegszeit wurde sie praktisch umgesetzt. Zunächst allerdings war die Veränderung kaum merklich. Direkt nach Kriegsende blieben die kriegstypischen Ziele der Medienarbeit und der Medienkrieg zwar im britischen und deutschen Militär präsent, wurden allerdings kaum noch in die Praxis umgesetzt. Diese Situation untersuche ich im ersten der folgenden zwei Abschnitte. Im zweiten zeige ich, wie sich dies in Deutschland änderte, als die im Ersten Weltkrieg unterlegenen Streitkräfte zusammen mit der Regierung begannen, sich auch medial auf einen weiteren Krieg vorzubereiten. Die britischen Streitkräfte folgten dieser Entwicklung mit einiger Verzögerung.

Theoretische Kontinuität – Der Medienkrieg nach dem Krieg

Im Ersten Weltkrieg waren die deutschen Streitkräfte besiegt worden, auch wenn viele nicht bereit waren, dies einzuräumen. Missmutig beobachteten die militärischen Spitzen in den folgenden Monaten, wie die Alliierten in Versailles einen Friedensvertrag erarbeiteten, der auch über die Zukunft der deutschen Streitkräfte bestimmen sollte. Wie die Bedingungen auch aussähen, ein bewaffneter Widerstand war unmöglich.[128] Angesichts dieser Situation setzten die Streitkräftespit-

[128] Beispielsweise Hindenburgs Lageanalyse im Sommer 1919, PYTA, Hindenburg, S. 394f.; zu Groeners Position siehe SCHÜDDEKOPF, Heer, S. 96.

zen auf den Medienkrieg. Nicht zuletzt Groener forderte, die eigene Position über die Medien zu verbreiten und insbesondere diejenige Frankreichs anzugreifen.[129] Mithilfe der Medienarbeit sollten die verhandelnden Sieger beeinflusst werden, so wie im Krieg zuvor versucht worden war, das neutrale und feindliche Ausland zu beeinflussen. Im Bayerischen Staatsministerium für militärische Angelegenheiten wurde im Februar 1919 überlegt, mithilfe der Medien Spannungen unter den Alliierten auszunutzen, um die als erträglich empfundene Position des US-Präsidenten Woodrow Wilson zu stärken.[130] Die militärischen Medienspezialisten enttäuschten jedoch die Hoffnung ihrer Vorgesetzten – und boten in diesem Fall sogar den dort geäußerten allzu utilitaristischen Medienbildern Einhalt. Da die deutsche Presse auf Weisung der OHL seit Sommer 1918 Wilsons Pläne systematisch demontiert habe, könne sie nun nicht einfach umgepolt werden:

> Es möchte daher nachdrücklichst betont werden, dass der Glaube, man könne die Presse von heute auf morgen von der einmal eingeschlagenen Fährte, gleichsam wie einen Hühnerhund, *zurückpfeifen*, einen verhängnisvollen Irrtum bedeutet, der den Geist, die Lebensbedingungen und die Methoden der Presse völlig *verkennt*.[131]

Selbst wenn dies möglich wäre, so hieß es weiter, verlöre eine derart manövrierende Presse jeden Einfluss auf die öffentliche Meinung. Allerdings sahen sie eine gewisse Hoffnung darin, dass sich die Presse zwischenzeitlich von sich aus weitgehend positiv zu Wilson positioniert habe.[132] Derweil forderte das Kommando des III. A.K. von den Medien ganz allgemein, „in der gegenwärtigen schweren Zeit [...], trotz aller Meinungsverschiedenheiten das Wohl des Staates und des Volkes zu fördern."[133] Die Zeitungen sollten nicht gegen militärische Maßnahmen oder die Regierung agitieren, sondern die Staatsführung angesichts der Friedensverhandlungen unterstützen, ansonsten würden „schärfere Mittel" angewendet.[134] Das Generalkommando des XIV. A.K. bezog in selbstproduzierten Artikeln Position gegen Frankreich und die Besetzung.[135] Derlei medialer Widerstand ermöglichte es den Streitkräftespitzen zwar, überhaupt zu handeln, und bot so einen scheinbaren Ausweg aus der eigenen Machtlosigkeit. Erträglicher macht er den Friedensvertrag jedoch nicht.

[129] Groener an Ebert, 27. 1. 1919, BAMA N 42/11, wiedergegeben in Hürten (Hrsg.), Putsch, S. 48–53; vgl. Gesprächsnotizen Groeners, 29. 1. 1919, wiedergegeben ebd., S. 53 f.; Rede Groeners vor Unterrichts- und Presseoffizieren der HGR Kiev, August/September 1918, wiedergegeben in Winfried Baumgart (Hrsg.), Von Brest-Litovsk zur deutschen Novemberrevolution. Aus den Tagebüchern, Briefen und Aufzeichnungen von Alfons Paquet, Wilhelm Groener, Albert Hopman März bis November 1918, Göttingen 1971, S. 425–437, hier S. 431. Beachte ferner Rakenius, Groener, S. 173 f., zur kurzfristig von Groener für zentral erachteten Medienarbeit gegen Polen.

[130] Vorschlag in A I a 28505, Februar 1919, BayHStA, MKr 13912.

[131] Antwortschreiben der Abteilung A III, 20. 2. 1919, BayHStA, MKr 13912; Hervorhebung im Original.

[132] Ebd.

[133] Kommando III. A.K. 56596, 20. 5. 1919, BayHStA, MKr 13912.

[134] Ebd.

[135] Vorgefertigter Artikel „Behandlung unserer Kriegsgefangenen", 13. 5. 1919, GLAK, 456 F6/309.

Dennoch erwogen einzelne Streitkräftevertreter, die Medienarbeit auch nach dem Abschluss des Vertrags fortzusetzen, zumindest nach innen gewandt. So plante der Kommandeur des Wehrkreiskommandos V, Generalleutnant Walter von Bergmann, im Februar 1920 eine Medienoffensive gegen die Deutschland auferlegten Streitkräfte-Beschränkungen und die Überwachungskommissionen. Die Bevölkerung, so teilte er den ihm untergebenen Reichswehrstellen mit, müsse über beide Aspekte des Vertrages aufgeklärt werden. Die erhoffte Gegnerschaft werde sich dann von allein einstellen, die Berichte „durch die Wucht der Tatsachen wirken."[136] Er ließ entsprechende Materialien verteilen und riet zu Gesprächen mit der Presse. Für ihn hatte diese „Angelegenheit große Bedeutung".[137] Das deutsche Militär hatte also die Schützengräben verlassen, in den Schlagzeilen aber einen Weg gefunden, weiterzukämpfen. Zwar zerschlug sich auf der Konferenz von Spa im Sommer 1920 die Hoffnung darauf, die Begrenzung der Reichswehr auf 200 000 Mann heben zu können.[138] Dennoch hatte die Medienarbeit dem Militär zumindest den Eindruck erhalten, handeln zu können.

Mit ihren Hoffnungen waren die Streitkräftespitzen nicht allein. Wie in Kapitel fünf gezeigt, wurden sie in der direkten Nachkriegszeit von der zivilen Regierung in ihren Bemühungen gegen den Friedensvertrag unterstützt.[139] Noch 1922/1923 finanzierte die Reichsregierung Zeitungen im französisch besetzten Gebiet, um diesen die Möglichkeit zu geben, gegen die „sehr umfangreiche französische Pressepropaganda" vorzugehen.[140] Als sich schließlich die Reichswehrspitze mit ihren Plänen für Wiederaufrüstung und einen weiteren Krieg, wie in Kapitel fünf gezeigt, gegen die zivile Regierung stellte, betrieb sie zwar noch immer Medienarbeit. Von einem aktiven Medienkrieg gegen das Ausland konnte aber zunächst nicht mehr die Rede sein.

Auch in Großbritannien vergaßen die Streitkräfte den Medienkrieg nach dem Ende des Ersten Weltkriegs nicht – allerdings hatten die Sieger ein anderes Verhältnis zu ihm als ihr deutsches Gegenüber. Der Medienkrieg gegen Deutschland wurde eingestellt.[141] Die Idee, Konflikte auch mithilfe von Medienarbeit austragen zu können, blieb jedoch erhalten. Dies zeigte zunächst der Irische Unabhängigkeitskrieg. Hier war der britische Oberkommandierende, General Sir Nevil Macready, 1920 maßgeblich daran beteiligt, dass die Auseinandersetzung auch als Medienkrieg verstanden und geführt wurde. Andere Militärvertreter mit Erfahrungen in der Medienarbeit, darunter Cockerill, unterstützten diese Art der Kriegführung.[142] Wie in Deutschland, so war auch das Militär in Großbritannien nicht

[136] Schreiben Bergmanns Ic 639 geheim, 6. 2. 1920, HSAS, M 390 Bü 63.
[137] Ebd.
[138] Möllers, Geßler, S. 85.
[139] Im Übrigen übernahm auch die zivile Regierung Deutschlands viele kriegszeitliche Praktiken der Medienarbeit in den Frieden, siehe Lau, Pressepolitik, S. 375.
[140] Schreiben des Reichsministers des Auswärtigen an den Staatssekretär in der Reichskanzlei, 10. 5. 1928, BAMA, RW 6/49, Bl. 50–53.
[141] Viel Erfahrungswissen auf diesem Gebiet ging verloren, siehe Steed, Propaganda, S. 36.
[142] Murphy, Propaganda, S. 9–17, 27–29, 37, 43.

allein der Ansicht, dass der Medienkrieg eine Möglichkeit bot, Konflikte im Frieden auszutragen. Tatsächlich übertrug das CID die entsprechende Zuständigkeit auf das Foreign Office,[143] das nach dem Krieg begonnen hatte, in britischen Auslandsniederlassungen getarnte Spezialisten für die Medienarbeit zu platzieren.[144] Der Medienkrieg wurde sogar zum Gegenstand der Diplomatie: Im Rahmen eines Handelsabkommens mit Russland, an dessen Formulierung Admiralty und War Office beteiligt waren, wurde im März 1921 vereinbart, dass beide Seiten, insbesondere in Asien, auf ihn verzichten würden.[145]

Innerhalb der Streitkräfte wurden vor diesem Hintergrund Fragen des Medienkriegs zurückgestellt – mit einer Ausnahme: Die RAF setzte sich mit dem Flugblattabwurf auseinander und machte diesen zu einem Teil ihrer Rechtfertigung dafür, eine selbstständige Teilstreitkraft zu bleiben. Trenchard integrierte ihn in die Luftkriegsstrategie, mit der er die Selbstständigkeit ‚seiner' RAF nach der Kairo-Konferenz im März 1921 beweisen wollte. Er musste hierfür demonstrieren, dass die RAF unabhängig von Heer oder Marine agieren konnte. Das Versuchsfeld wurde der Irak. Nachdem zuerst Luftangriffe auf aufständische Siedlungen geflogen worden waren, was zu schweren zivilen Verlusten und Protesten in der Heimat geführt hatte, wollte Trenchard Aufstände nicht mehr bekämpfen, sondern verhindern. Hierfür entwickelte er das Konzept einer beständigen Drohkulisse, die durch Überflüge und Flugblattabwürfe konstruiert wurde. Trenchard konnte das Kabinett noch im Sommer 1921 überzeugen.[146] Wie schon in Kapitel vier ausgeführt, zeigt der Einsatz von Flugblättern zwar, dass die militärischen Spitzen an die Überzeugungskraft medial vermittelter Botschaften glaubten; ein Medienkrieg im Sinne der hier untersuchten Beziehungen zwischen Militär und Massenmedien war dies aber nicht. Dieser spielte erst in den 1930er Jahren wieder eine Rolle innerhalb der Streitkräfte.

Mediale Aufrüstung – Der Medienkrieg vor dem Krieg

Es war die bereits erwähnte internationale Abrüstungskonferenz in Genf, die am 2. Februar 1932 beginnen sollte, die dem deutschen Militär als Anlass diente, sich an die Praktiken des Medienkriegs gegen das Ausland zu erinnern. Dies geschah

[143] Notiz des CID-Sekretärs zum Beschluss vom 12. 10. 1923, TNA, WO 32/9812.

[144] Brief des Foreign Office an Treasury, 2. 4. 1919, TNA, Inf 4/1b.

[145] Richard H. Ullman, The Anglo-Soviet Accord (Anglo-Soviet Relations. 1917–1921, Bd. 3), Princeton 1972, S. 411; *Trade Agreement between His Britannic Majesty's Government and the Government of the Russian Socialist Federal Soviet Republic*, 16. 3. 1921, wiedergegeben ebd., S. 474–478, besonders S. 474; siehe auch Beaverbrook, Press, S. 87. Im Ersten Weltkrieg hatte Großbritannien ab 1916 kurzfristig versucht, über Medienkriegsmaßnahmen Einfluss auf Russland zu nehmen: Reeves, Film, S. 232–234; bis 1919 wurde die bolschewistische Medienarbeit durch das Press Bureau beobachtet, Lovelace, Control, S. 200; Taylor, Munitions S. 196 f., 205, betont, dass das Abkommen in den 1920er Jahren zumindest von russischer Seite nicht eingehalten wurde.

[146] Allen, Trenchard, S. 39; Boyle, Trenchard, S. 386–395; John Cotesworth Slessor, The Central Blue. Recollections and Reflections, London 1956, S. 64–66.

vor der ‚Machtübergabe' an den Nationalsozialismus, was einmal mehr verdeutlicht, dass der Einsatz von Medienstrategien kaum von den jeweiligen Regierungssystemen abhing. Groener wollte ein Gleichgewicht der Rüstung anstreben. Anders als das Auswärtige Amt, das unter derselben Bezeichnung eine Abrüstung Frankreichs erreichen wollte, wollte er jedoch vor allem eine deutsche Aufrüstung legitimieren.[147] Die Streitkräftespitzen teilten seine Haltung: Hammerstein-Equord und Raeder betonten im Oktober 1931, dass alle Nationen gleichermaßen an die Bedingungen des Friedensvertrages gebunden seien.[148] Das Pressereferat im Reichswehrministerium entwickelte entsprechende Richtlinien zur „Behandlung der Abrüstungsfrage in Wort und Schrift."[149]

Parallel zu diesen vorsichtigen Initiativen wurden innerhalb der militärischen Hierarchie Stimmen laut, die ein offensiveres Vorgehen der militärischen und zivilen Spitze erwarteten. Stülpnagel forderte im Dezember 1931 von Groener und Hammerstein-Equord eine umfassende Kampagne, um die öffentliche Meinung in Deutschland zu einen und diejenige Großbritanniens, der USA und Italiens zu gewinnen. So sollte internationaler Druck auf Frankreich ausgeübt und die deutsche Position bei der kurz bevorstehenden Konferenz gestärkt werden. Er war überzeugt, dass die Medienarbeit in der Lage wäre, das gewünschte Ziel zu erreichen. Zum Beleg verwies er auf seine eigene Erfahrung in der Auslandsabteilung der OHL und auf die Propagandastelle Klingenberg, eine privatwirtschaftliche Einrichtung, die während der Besetzung des Ruhrgebietes Medienarbeit im deutschen Sinne betrieben hatte.[150] Vorerst jedoch blieb die auf das Ausland zielende Medienarbeit eher passiv. Während in Deutschland der Ausbau der Streitkräfte propagiert wurde, wurde nach außen die eigene Aufrüstung verschleiert; so wurde der Begriff des ‚Generalstabs' ebenso vermieden wie Berichte über Personalveränderungen oder neue Techniken.[151] Allein die Marine zeigte sich, ganz in der

[147] HÜRTER, Groener, S. 188 f.; für das Auswärtige Amt siehe auch Richtlinien für die Abrüstungspropaganda im Inland, 23. 6. 1933, AdR I/1, S. 637–640, wiedergegeben in SÖSEMANN (Hrsg.), Propaganda 1, S. 127 f.

[148] Schreiben vom 27. 10. 1931, BAMA, RH 1/79, Bl. 191–194; Zenker hatte in der Marine schon 1926 entsprechende Überlegungen angestellt, RAHN, Reichsmarine, S. 186 f.

[149] Denkschrift aus dem Mai 1931, BA, R 43 I/518, Bl. 79 f., zitiert nach HÜRTER, Groener, S. 192. Zum für Deutschland positiven Ende der Konferenz siehe JANSSEN, Zielvorstellungen, S. 81.

[150] Schreiben Stülpnagels, 19. 12. 1931, BAMA, RH 1/79, Bl. 151–157; vgl. THOMAS WITTEK, The British Press and the Early Weimar Republic. Media Influence or Influenced Media?, in: Frank Bösch und Dominik Geppert (Hrsg.), Journalists as Political Actors. Transfers and Interactions Between Britain and Germany Since the Late 19th Century, Augsburg 2008, S. 74–88, hier S. 82–84.

[151] Vortrag des Leiters der Pressegruppe im Reichswehrministerium bei einer Pressebesprechung im RMVP, 18. 1. 1935, BAMA, RW 6/56; Reichskriegsminister und Oberbefehlshaber der Wehrmacht 880/35 geh. J III, 6. 7. 1935, BAMA, RH 53/7/8, Bl. 232; Dokumente unter ‚C' und ‚G' in BAMA, RW 6/167; Chef Truppenamt 3418/34 P A (3), 14. 11. 1934, BAMA, RH 1/13a, Bl. 41; Reichswehrminister 1000/34 J Ch. geh., 24. 9. 1934, BAMA, RH 1/13a, Bl. 98; Chef HL 1270/33 geh. T 4 II, 21. 12. 1933, BAMA, RH 1/13b, Bl. 11; Reichswehrminister 4888/33 W IIIc, 10. 8. 1933, BAMA, RH 1/13b, Bl. 60; siehe auch KINDLER, Oben, S. 405; SCHWENGLER, Marine, S. 47, 52; SYWOTTEK, Mobilmachung, S. 49–51; UZIEL, Propaganda, S. 53; WETTE, Ideologien, S. 127.

Tradition des Kaiserreichs, etwas extrovertierter und nutzte Auslandsreisen ihrer Schiffe, um sich den internationalen Medien als Botschafter Deutschlands zu präsentieren.[152]

In den ersten Jahren der NS-Regierung blieb es bei dieser Zurückhaltung der militärischen Spitzen. Das RMVP auf der einen und die militärischen Medienspezialisten auf der anderen Seite setzten sich jedoch dafür ein, die deutsche Kriegsvorbereitung auch auf dem Gebiet der Medienarbeit voranzutreiben.[153] Goebbels war überzeugt, dass der Medienkrieg in einem künftigen Konflikt eine wichtige Rolle spielen würde. Seinem Ministerium wollte er hierbei eine zentrale Rolle verschaffen. Daher gründete er 1935 das Reichsverteidigungsreferat im RMVP. Da zivile Experten für die militärischen Aspekte der Medienarbeit fehlten, musste ein Offizier die nötige Expertise einbringen. Der erste Reichsverteidigungsreferent wurde Major Alfred von Wrochem.[154] Dieser erklärte am 26. Juni 1935 das Ziel der Medienarbeit im Krieg: Sie sollte bei künftigen Gegnern „Querfronten auf[zu]reißen, sodaß sie ihm wichtiger werden als der Kampf nach außen und seine Kriegsführung lähmen."[155] Mit anderen Worten: Was laut Dolchstoßlegende in Deutschland geschehen war, sollte nun bei Gegnern hervorgerufen werden. Erreichen sollte dies eine gezielte Kriegsberichterstattung. Die Streitkräftespitzen standen Wrochems Plänen zunächst skeptisch gegenüber. Reichenau beispielsweise legte in den Bahnen des bisherigen Verhaltens gegenüber dem Ausland vor allem Wert darauf, dass die für den Medienkrieg vorgesehenen Strukturen klein und unauffällig blieben.[156] Die Organisation einer Propaganda-Einsatzstelle für die Kriegsberichterstattung überließ die Militärführung dem RMVP.[157] Dieses nutzte die nächste sich bietende Gelegenheit, den Medienkrieg zu erproben: Als die Wehrmacht am 7. März 1936 ins Rheinland einrückte, hatte es deutsche Journalisten insgeheim und ohne Absprache mit dem Militär an Ort und Stelle gebracht. Ausländische Berichterstatter wurden in Berlin festgehalten, um sicherzustellen, dass sie nur ausgesuchte Informationen erhielten.[158]

Innerhalb der Streitkräfte reagierten zuerst die Medienspezialisten, die im Rahmen der friedenstypischen Medienarbeit ohnehin bereits mit dem RMVP kooperierten,[159] auf dessen Pläne für einen Medienkrieg. Der publizistisch erfahrene

[152] Karl Dönitz, Mein wechselvolles Leben, Göttingen ²1975, S. 170–176.

[153] Uziel, Propaganda, S. 58–64.; Wedel, Propagandatruppen, S. 16; Wedel, Wehrmachtpropaganda 2, S. 1; siehe auch Wette, Ideologien, S. 28–30.

[154] Wedel, Wehrmachtpropaganda 1, S. 9–11; siehe auch Notizen zur Besprechung im RMVP, 18. 1. 1935, BAMA, RW 6/56, Bl. 5–13; ferner Uziel, Propaganda, S. 69 f.

[155] Der Prozeß gegen die Hauptkriegsverbrecher vor dem Internationalen Militärgerichtshof (IMT) (Bd. XXXVI), S. 410–437 (Dokument 405 EC), hier S. 429, zitiert nach Buchbender, Erz, S. 16.

[156] Buchbender, Erz, S. 16; Uziel, Propaganda, S. 70.

[157] Uziel, Propaganda, S. 74.

[158] Schmidt-Scheeder, Hölle, S. 24–28; Kreimeier, Ufa, S. 315–317; Uziel, Propaganda, S. 73.

[159] Siehe oben, Kapitel 6.1.2. Zu Fachgesprächen mit dem Ziel, aus den Erfahrungen des Ersten Weltkriegs zu lernen, Uziel, Blick, S. 317; ders., Propaganda, S. 70–72.

Hauptmann Dr. Erich Murawski, Presseoffizier des Wehrbereichskommandos II, war vor dem Hintergrund des propagandabegeisterten NS-Staates entschlossen, aus der Niederlage des Ersten Weltkriegs für die Zukunft zu lernen. Er setzte daher einen Test der Einsatzstelle bei den Manövern im Herbst 1936 durch.[160] Obwohl nur von begrenztem Umfang – die Olympischen Spiele belasteten die Ressourcen des RMVP –, galt der Versuch als erfolgreich. Allerdings war die Wehrmacht mit dem Auftreten der zivilen Journalisten nicht zufrieden und das RMVP beklagte unzulässige Zensur und Gängelung durch die Begleitoffiziere.[161] Bei den Manövern im Herbst 1937 wurde das Experiment unter gemeinsamer Leitung von Wehrmacht und RMVP wiederholt.[162] Die Journalisten sollten im Einsatzgebiet Material sammeln und üben, die zivile Bevölkerung beider Seiten und die gegnerische Armee, vor allem über Flugblätter, zu beeinflussen.[163] Wieder jedoch kam es zu Konflikten, da sich Wehrmacht und RMVP uneins waren, wer den Berichterstattern Anweisungen geben dürfe.[164] Keitel erinnerte sich später, die Kriegsberichterstatter seien vom Stabschef vor Ort hinausgeworfen worden, sodass er als Chef des Wehrmachtamtes „hinfahren, die Herren […] beruhigen und den Burgfrieden wieder herstellen“ musste, woraufhin „die ‚Berichter‘ ihre Tätigkeit aufnehmen konnten und die gewünschten Informationen erhielten.“[165]

Angesichts des sich mithilfe einiger militärischer Medienspezialisten in die Manöver drängenden Propagandaministeriums schaltete sich nun Fritsch in die Planungen ein. Aus seiner Sicht war der Wert der Medienarbeit im Krieg „unbestritten“. Deshalb sollte sie nicht zivilen Berichterstattern überlassen werden. Die Journalisten, so kritisierte er, hätten während des Manövers gestört, und ihre Berichte seien voller Übertreibungen gewesen. Seiner Ansicht nach sei es eine Lehre des Ersten Weltkriegs gewesen, dass Ehrlichkeit in der Berichterstattung von höchster Bedeutung sei. Die Zivilisten hätten dies offenbar vergessen. Daher sollte die „Organisation der Propaganda […] als politische Waffe“ Offizieren überlassen werden.[166] Die Medienspezialisten des Reichswehrministeriums gaben zwar zu bedenken, dass das Heer die Medienvertreter schlecht behandelt und daher auch keine gute ‚Presse‘ erhalten habe; bei Marine und Luftwaffe sei dies anders gewe-

[160] Buchbender, Erz, S. 16; Uziel, Blick, S. 317; ders., Propaganda, S. 74–77.

[161] Generalkommando II. A.K., Abt. Ia op/IcW 43/36, 20. 8. 1936, BAMA, RW 6/160; Ic-Besprechung, 15. 10. 1936, BAMA, RW 6/56, Bl. 161–168, hier Bl. 167; Uziel, Propaganda, S. 76 f.; Wedel, Wehrmachtpropaganda 2, S. 2 f.

[162] RV 31/38, gRs (37), BA R 55/20876, Bl. 66–69, hier Bl. 66 f.; Ic-Besprechung, 23. 4. 1937, BAMA, RW 6/56, Bl. 226–232; siehe auch Schreiben Jodls, 9. 9. 1937, BAMA, RW 6/142, Bl. 6; Uziel, Propaganda, S. 77 f. Am Herbstmanöver 1937 waren erstmals alle drei Teilstreitkräfte beteiligt, Görlitz, Generalstab, S. 253.

[163] BAMA, RW 4/812, z. B. Bl. 8 f. und Bl. 164 f.; Uziel, Propaganda, S. 79.

[164] Buchbender, Erz, S. 16; Uziel, Propaganda, S. 80 f.

[165] Keitel, Leben, S. 198 f.

[166] Erfahrungsbericht des OBdH bei Schreiben vom 20. 11. 1937, 2011/37 geh. L I a, BAMA, RW 6/142, Bl. 170–174, Zitate Bl. 172; siehe auch Uziel, Propaganda, S. 82 f.; Wedel, Wehrmachtpropaganda 2, S. 2 f.

sen.[167] Allerdings waren sie ebenfalls entschlossen, den Medienkrieg in die eigenen Hände zu nehmen: „Nur durch klare Befehlsregelung und Auftragserteilung kann die notwendige Durchführung der Aufgaben erzielt werden."[168] Fortan bestand das Reichskriegsministerium darauf, Berichterstatter in einem künftigen Krieg direkt in die Streitkräfte zu integrieren.[169] Die Vorstellung des deutschen Militärs, dass Medien reine Befehlsempfänger seien, die von offizieller Seite kontrolliert werden könnten und müssten, kam damit einmal mehr zum Ausdruck. Zum Jahresende 1937 begannen Verhandlungen mit dem RMVP darüber, wie diese Integration zu bewerkstelligen sei. Sie resultierten in den Propagandakompanien, militärisch geschulten und durch Offiziere geführten Journalisten-Gruppen, die als Reserve-Einheiten in die Befehlsstruktur der Wehrmacht integriert wurden.[170] Die Dienstanweisungen der neuen Einheiten wurden vom Generalstab des Heeres zusammen mit dem RMVP entwickelt. Letzteres sollte den Medienkrieg führen, wurde aber verpflichtet, die Wünsche der Streitkräfte zu berücksichtigen:

Der Reichsminister für Volksaufklärung und Propaganda führt nach den Weisungen des Führers und Reichskanzlers im Krieg wie im Frieden verantwortlich die gesamte Propaganda […]. Das Oberkommando der Wehrmacht sichert durch Richtlinien und laufende Unterweisungen die Übereinstimmung des Propagandakrieges mit dem Waffenkrieg, die vom Reichsminister für Volksaufklärung und Propaganda zu erzielen ist.[171]

Die PK sollten Material für „Propaganda in das eigene Volk sowohl wie für diejenige in das neutrale und feindliche Ausland"[172] sammeln, für alle im Ersten Weltkrieg aufgetretenen Zielgruppen des Medienkrieges also. Zudem sollten sie die gegnerische Armee und Zivilbevölkerung im Einsatzgebiet direkt beeinflussen. Sie waren die unter NS-Vorzeichen ‚vollendete' Form der Offizier-Kriegsberichterstatter. Die ersten vier Kompanien des Heeres wurden am 30. August 1938 aufgestellt.[173]

167 Stellungnahme zu dem Erfahrungsbericht Ob.d.H. über Wehrmachtmanöver 1937, J III, 22.11.1937, BAMA, RW 6/142, Bl. 175.

168 J 2823/37 geh. J IV, 7.12.1937, BAMA, RW 6/142, Bl. 178f.; siehe auch WEDEL, Wehrmachtpropaganda 2, S. 2f.; Siehe zur Erfahrungsauswertung auch UZIEL, Propaganda, S. 82f.

169 BUCHBENDER, Erz, S. 16f.

170 Stellvertreter des Führers, Stab, Abteilung M, II Az. B 6/10.3.39, Tgb.-Nr. 51/39 g.Rs, BA, R 55/20876, Bl. 70–72; vgl. UZIEL, Propaganda, S. 88f.

171 ‚Die Grundlagen der Vorbereitung der Zusammenarbeit von Wehrmacht und Propaganda im Krieg', Vortrag auf dem Lehrgang für Presse- und Zensur-Offiziere, 1.9.1938, BAMA, MFB 4/15158 (‚Grundlagen der Vorbereitung'), Folien 497484f. Siehe auch MOLL, Wehrmachtpropaganda, S. 114; PERCY E. SCHRAMM (Hrsg.), Kriegstagebuch des OKW 1940–1941 (Bd. 1, Teilband 2), Augsburg 2005, S. 881–883.

172 Anforderungen an den Kriegsberichterstatter und den Zensur-Offizier, Vortrag auf dem Lehrgang für Presse- und Zensur-Offiziere, 1.9.1938, BAMA, MFB 4/15158, Folie 497515; diese Zielsetzung entsprach den Vorstellungen der Dolchstoß-Theoretiker, siehe z.B. BLAU, Rahmen, S. 94f.

173 Dienstanweisung für eine Propaganda-Kompanie (mot.), BAMA, RH 19 XVI/8, Bl. 114–117; OKW 335/38 J (Pr.) D 1 g. Kdos., Abschlussbericht über den Lehrgang, 27.9.1938, BAMA, RM 7/1103, Bl. 26; Lehrgangsprotokolle, BAMA, MFB 4/15158, Folie 497475–497477; BUCHBENDER, Erz, S. 19; UZIEL, Propaganda, S. 88–90. Siehe auch SCHMIDT-SCHEEDER, Hölle, S. 60–62; UZIEL, Blick, S. 318.

Der Einmarsch deutscher Truppen in Österreich im März 1938 war der Schaffung der Propagandakompanien somit vorausgegangen. Dementsprechend hatte der Medienkrieg der deutschen Streitkräfte hier kaum eine Rolle gespielt. Allein der Einsatz von Flugblättern war vorbereitet, mangels Notwendigkeit aber nicht umgesetzt worden.[174] Als neuer Leiter der Presseabteilung erfuhr Wedel vom Einmarsch der deutschen Truppen sogar erst aus dem Radio.[175] Seiner Darstellung nach setzte er, dadurch aufgeschreckt, in der Folge durch, fortan an Besprechungen des OKW-Chefs mit seinen Amtschefs teilnehmen zu dürfen.[176] Tatsächlich dürfte für diese strukturelle Aufwertung der Medienarbeit innerhalb der Wehrmacht ausschlaggebend gewesen sein, dass das OKW im April 1938 von Hitler den Auftrag erhielt, die Wehrmacht kriegsbereit zu machen. Hierzu gehörte, den als Führungsaufgabe verstandenen „Propagandakrieg" als Teil der Kriegführung vorzubereiten.[177] Im Herbst 1938 waren demnach die PK für erste Versuche bereit und der Medienkrieg formell Teil des Kernbereichs der Aufgaben der Streitkräfte geworden: der Operationsplanung.[178]

Bei den Herbstübungen 1938 wurden die neuen Einheiten getestet.[179] Zugleich war das Manöver Teil einer ‚heißen' Medienstrategie: Die gezielt an den Manöverberichten der Vorjahre orientierte Berichterstattung sollte die Aufmerksamkeit ausländischer Beobachter von erhöhten Aktivitäten in der Nähe der Grenze zur Tschechoslowakei ablenken. Zugleich sollte innerhalb Deutschlands die Lage der Sudetendeutschen herausgestrichen werden.[180] Die Irreführung des Auslands und die Einflussnahme auf die Moral der eigenen Heimat waren zwei Teile eines Medienkrieges, der die Grenzen von Krieg und Frieden explizit ignorierte – ganz so, wie es im Ersten Weltkrieg vorausgesagt worden war:

> Der moderne Krieg kennt heute den Waffenkrieg, den Wirtschaftskrieg und den Propagandakrieg. […] Wirtschafts- und Propagandakrieg beginnen nicht erst mit dem Waffenkrieg. Sie sind als politische Kampfmittel in Friedenszeiten schon als Vorläufer des Waffenkrieges anzusprechen und verstärken mit Beginn des Waffenkrieges ihre Form und Gestaltung zum rücksichtslosesten Einsatz.[181]

[174] Tagebucheintrag Jodl, 10. 3. 1938, BAMA, RW 4/31, Bl. 112 f.; auch: O.K.W. L I a 420/38 g. Kdos., 11. 3. 1938, BAMA, RM 20/1492.

[175] OKW 697/38 g.Kdos. L I a Pr., 25. 4. 1938, BAMA, RM 7/1103, Bl. 21; Uziel, Propaganda, S. 83 f.; Wedel, Wehrmachtpropaganda 1, S. 14.

[176] Ebd., S. 15 f.

[177] Denkschrift des ObdH, 22. 3. 1938 und Antwort des OKW, 19. 4. 1938, wiedergegeben in Walter Görlitz (Hrsg.), Generalfeldmarschall Keitel – Verbrecher oder Offizier? Erinnerungen, Briefe, Dokumente des Chefs OKW, Göttingen 1961, S. 143–166.

[178] Vgl. Uziel, Propaganda, S. 65–67.

[179] Aufstellung der PK 537 im VIII. A.K., OKH 3265/38 g.Kdos AHA Ia M, 14. 9. 1938, BAMA, RH 2/294, Bl. 247; zur Erfahrungsauswertung: Referat RV 34/38(130)g, 10. 11. 1938, BA, R 55/20872, Bl. 106–110, siehe auch Erfahrungsbericht der Propagandakompanie IV. A.K. (unvollständig), BA, R 55/20927.

[180] Weisung des Generalkommandos VII. A.K., 23. 8. 1938, BAMA, RH 53/7/8, Bl. 99 f.

[181] ‚Grundlagen der Vorbereitung', Folie 497481; siehe auch ‚Die Propagandatätigkeit der Presse im Rahmen der Propaganda im Kriege', Vortrag auf dem Lehrgang für Presse- und Zensur-Offiziere, 1. 9. 1938, BAMA, MFB 4/15158, Folie 497524. Die hier vorgenommene Dreiteilung des Krieges war üblich, siehe Blau, Kriegführung, S. 30; dort auch zur Vorstellung, den Medienkrieg im Frieden zu führen, ebd., S. 41.

Bei dem geplanten Angriff auf das Nachbarland sollten die PK erstmals im Ernstfall eingesetzt werden.[182] Keitel und Jodl erwarteten von ihnen, eigene Berichte vor denen der Gegner in die Medien zu bringen und so die eigene Lesart des Konfliktes durchsetzen.[183] Aufgrund des Münchner Abkommens wurde aus einem möglichen Krieg jedoch ein weiterer Einmarsch der Wehrmacht. Doch auch dieser wurde durch gezielte Berichterstattung begleitet, die zur Legitimation des deutschen Vorgehens beispielsweise Völkerrechtsbrüche des Gegners betonte.[184] Da die eingesetzten vier PK schon durch diese Aufgabe überlastet waren, wurde eine fünfte Kompanie improvisiert.[185] Im Rückblick galt der Einsatz der als militärische Neuheit geheim gehaltenen PK als großer Erfolg.[186] Insbesondere die Nutzung des Radios, das inzwischen aufgrund seiner Reichweite – und seiner zentralen Position in der nationalsozialistischen Medienpolitik entsprechend – als wichtigstes Medium im Medienkrieg galt, wurde von den Medienspezialisten der Wehrmacht gelobt.[187] Die Presse-Berichterstattung galt allerdings als noch nicht ausreichend. Hier hatte das RMVP ergänzend zivile Berichterstatter eingesetzt, um die geforderten Berichte zu produzieren. Die daraus resultierenden Konflikte um die bessere Bezahlung der zivilen Journalisten erwiesen sich für das Militär allerdings als unerwarteter Glücksfall: Das RMVP war fortan bereit, auf zivile Berichterstatter zu verzichten.[188] Die Heeresspitze war mit den PK zufrieden, auch wenn sie eine bessere militärische Ausbildung forderte und die Koordination mit dem RMVP als ausbaufähig ansah.[189] Die Spitzen von Luftwaffe und Kriegsmarine teilten diese Ansicht. Sie begannen im folgenden Frühjahr, nach dem Vorbild des Heeres eigene PK aufzubauen.[190]

Zum Jahreswechsel 1938/1939 war der Medienkrieg damit als praktische Handlungsoption in Krieg und Frieden etabliert.[191] Er galt als wesentliche Lehre des Ersten Weltkriegs, wie auch auf einem zentralen Lehrgang für Medienspezialisten der Wehrmacht Ende 1938 betont worden war:

[182] Aufgestellt in den A.K. IV, VIII, XIII und XVII, siehe RV 31/38, gRs (37), BA R 55/20876, Bl. 66–69, hier Bl. 67; unabhängig agierende zivile Berichterstatter waren beim Einmarsch nicht zugelassen, OKW 2400/38 J Pr D 1, 1. 10. 1938, BAMA, RW 4/239, Bl. 17 f.; vgl. auch ebd., Bl. 14 f.

[183] OKW 2249/38 g.Kdos, 26. 9. 1938, BAMA, RM 7/1103, Bl. 22 f.

[184] Gen.St.d.H. 1694/38 g.K., 30. 8. 1938, BAMA, RH 19 XVI/8, Bl. 99 und OKH AHA 2790/38 g.K. Ia M, 16. 8. 1938, ebd., Bl. 102.

[185] RV 31/38, gRs (37), BA R 55/20876, Bl. 66–69, hier Bl. 67 f.; Buchbender, Erz, S. 19.

[186] Zur Geheimhaltung siehe Tägliche Anweisungen des RMVP, 1. 10. 1938–6. 10. 1938, BAMA, RM 7/1103, Bl. 37–40; OKW 2400/38 J Pr D 1, 1. 10. 1938, BAMA, RW 4/239, Bl. 17 f.; auch ebd., Bl. 14 f.; die Existenz der PK wurde im Frühjahr 1939 nicht mehr geheim gehalten, OKW 149/39 geh., 12. 5. 1939, BA, R 55/20876, Bl. 205; zur Erfahrungsauswertung siehe beispielsweise Jackisch und Stang, Vorstellungen, S. 243.

[187] Zur Bedeutung des Radios siehe ‚Grundlagen der Vorbereitung', Folie 497487; Blau, Rahmen, S. 102.

[188] RV 31/38, gRs (37), BA R 55/20876, Bl. 66–69, hier Bl. 68.

[189] Siehe Heeresgruppenkommando 1 zur PK Breslau, RV 31/38, gRs (37), BA R 55/20876, Bl. 66–69, hier Bl. 69; Buchbender, Erz, S. 17–19; Uziel, Propaganda, S. 94–97.

[190] Uziel, Propaganda, S. 107–109.

[191] Siehe auch Sywottek, Mobilmachung, S. 140.

> [D]ie Propaganda […] ist zu einem wesentlichen und planmäßig einzusetzenden Kampfmittel […] der Politik geworden. Der Weltkrieg und die letzten 20 Jahre der Weltgeschichte bringen hierfür genügend Beweise. Wir können also den Propagandakrieg als das Ringen um die öffentliche Meinung bezeichnen, und zwar im werbenden und zersetzenden Sinn je nach der Aufgabe, die der Propaganda […] für das eigene Volk und das Ausland gestellt werden.[192]

Während der deutsche Medienkrieg im Ersten Weltkrieg infolge der eigenen Niederlage und vor dem Hintergrund der sich von der Vergangenheit abgrenzenden NS-Ideologie in geradezu verzerrender Weise schlecht dargestellt wurde,[193] wurden die Fortschritte betont, die seitdem gemacht worden waren. Einerseits war der Medienkrieg im Ausland studiert worden – Italien, Japan und Russland, aber auch Großbritannien galten als lehrreiche Beispiele –,[194] andererseits war er innerhalb Deutschlands weiterentwickelt und in Konflikten und im Frieden erprobt worden. Über die täglichen Pressekonferenzen im RMVP konnten die Streitkräfte präzise Anweisungen an die deutsche Presse ausgeben. So hatte die Marine beispielsweise im Kontext des Spanischen Bürgerkriegs ihre „Propagandaweisung Nr. I“ erteilt.[195] Sie hielt die Medien an, nicht entrüstet auf U-Boot-Angriffe im Mittelmeer zu reagieren (zuvor war ein deutscher Kreuzer mehrfach durch spanische U-Boote attackiert worden). So sollte eine Stigmatisierung derartiger Angriffe vermieden werden. Hitler war zudem dagegen, die gleiche Haltung zu vertreten wie Großbritannien, das solche Angriffe als Piraterie verurteilte.[196]

Die konkreten Folgen derartiger Weisungen wurden in der Wehrmacht ebenso wenig thematisiert wie die historische Realität des Medienkriegs im Ersten Weltkrieg. Was zählte, war, dass der theoretisch untermauerte und praktisch erprobte Medienkrieg eine Antwort auf die strategische Situation Deutschlands bot, die seine militärische Führung als Krise empfand: Das Land war nicht imstande, gleichzeitig Krieg mit allen Nachbarn zu führen. Der Medienkrieg schien einen Ausweg aus dieser Lage zu bieten, wurde ihm doch die Macht zugeschrieben, „sowohl den militärischen Erfolg vorzubereiten als auch den Mißerfolg in seiner Auswirkung abzuschwächen. Vor allem auch vermag die Propaganda durch ihre

[192] ‚Grundlagen der Vorbereitung‘, Folie 497481f. Siehe auch oben, Kapitel 4.2, sowie, für Beispiele aus dem Zweiten Weltkrieg Moll, Wehrmachtpropaganda, S. 132.

[193] Siehe beispielsweise ‚Anforderungen an den Kriegsberichterstatter und den Zensur-Offizier‘, Vortrag auf dem Lehrgang für Presse- und Zensur-Offiziere, 1. 9. 1938, BAMA, MFB 4/15158, Folie 497504f.; Denkschrift Major Blau, ‚Die Entwicklung der Propaganda als Waffe‘, ohne Datum, BAMA, RW 4/238, Bl. 17–53 (Blau, Waffe), besonders Bl. 26–34; Uziel, Blick, S. 305f.; auch lehnten die NS-Spitzen eine Mitarbeit Nicolais explizit ab, der dazu bereit gewesen wäre, Frey, Nicolai, S. 183f.

[194] Blau, Waffe, *passim*; ‚Anforderungen an den Kriegsberichterstatter und den Zensur-Offizier‘, 1. 9. 1938, BAMA, MFB 4/15158, Folien 497507f. und 497512; Wehrmachtsamt 2590/35 geh. Ausl., 29. 7. 1935, BAMA, RH 2/981, Bl. 36f.; ferner Blau, Kriegführung, S. 60–63; Blau, Rahmen, S. 102–104.

[195] Vgl. Vogel, Organisation, S. 74–79.

[196] A Ic 2065g/37 Geh., 7. 10. 1937, BAMA, RM 20/1445, Bl. 3; Protokoll zur Besprechung bei Amtschef A, 7. 10. 1937, ebd., Bl. 4. Siehe auch Buchbender, Erz, S. 17f.; Sywottek, Mobilmachung, S. 134.

Mittel und Methoden einen militärischen Erfolg so auszuwerten und zu erweitern, daß er erst dann zu dem entscheidenden politischen Erfolg wird."[197]

Die Medienspezialisten der Wehrmacht verwiesen insbesondere auf den Einmarsch in Österreich als Beweis dafür, dass der in diesem Fall allein durch das RMVP geführte Medienkrieg in der Lage war, „u.U. sogar einen Waffengang [zu] erübrigen, also kostbares Menschengut [zu] erhalten."[198]

Die Militärführung teilte diese Einschätzung und stimmte Wedels Idee einer zentralen militärischen Stelle für Medienarbeit der Wehrmacht im OKW im Februar 1939 zu.[199] Die Abteilung für Wehrmachtpropaganda (WPr), die am 1. April 1939 entstand, wurde Jodl unterstellt und hatte den Anspruch, die Medienarbeit der gesamten Wehrmacht zu steuern. Sie vereinte unter Wedels Leitung die bisherigen Spezialabteilungen für Medienarbeit innerhalb der Wehrmacht, namentlich die Pressegruppe der Abteilung Inland,[200] die Untergruppe Ia Prop. der Abteilung Landesverteidigung[201] und die Gruppe Völkerpsychologie der Inspektion für Eignungsuntersuchungen.[202] Letztere hatte sich in der Tradition der Dolchstoßlegende mit dem Medienkrieg und seinen Einflussmöglichkeiten in Abhängigkeit von den rassenideologischen Vorstellungen verschiedener Ziel-Nationen befasst und wurde innerhalb der WPr für auf das Ausland zielende Medienarbeit zuständig.[203] Sie hatte sich schon 1935 auf die Sowjetunion konzentriert und argumentiert, dass die Wehrmacht einen Medienkrieg gegen diese vorbereiten müsse, weil die Rote Armee ihrerseits auf einen solchen vorbereitet werde.[204]

Über Verbindungsoffiziere hielt die neue Zentralstelle Kontakt mit dem RMVP, den Oberkommandos der Teilstreitkräfte und zum Reichspressechef; im Sommer 1939 wurde sie Teil des Wehrmachtführungsstabes.[205] Diese institutionelle Stellung verdeutlicht den Wert, den die Wehrmachtspitze dem Medienkrieg in-

[197] ‚Grundlagen der Vorbereitung', Folie 497483.

[198] OKW 335/38 J (Pr.) D 1 g. Kdos., Abschlussbericht über den Lehrgang vom 27. 9. 1938, BAMA, RM 7/1103, Bl. 25–29; auch in BAMA, RH 19 XVI/8, Bl. 145–156.

[199] Uziel, Propaganda, S. 99–102.

[200] Diese war nach mehreren Reformen Nachfolgeorganisation der Nachrichtenstelle; zur Institutionengeschichte siehe Schwengler, Marine, S. 36–40, 43–46; Uziel, Propaganda, S. 44–48.

[201] Mitte 1938 waren Teile der Aufgaben der Abteilung Inland hierher transferiert worden, womit Oberstleutnant Kurt Zeitzler, späterer Generalstabschef, für sie zuständig wurde, siehe Uziel, Propaganda, S. 64 f. – dort auch Kritik an der Darstellung in Wedel, Wehrmachtpropaganda 1, S. 5–7; Schwengler, Marine, S. 45 nennt für den Wechsel 1937.

[202] Von einer mangelnden Tradition dieser Einrichtung oder auch der letztlich auf die OKB zurückgehenden PK kann man also nicht sprechen, vgl. Moll, Wehrmachtpropaganda, S. 138.

[203] Uziel, Blick, S. 314 f.; die Idee, dass bestimmte Nationen oder ‚Völker' unterschiedlich anfällig für Einflussnahme seien, war freilich schon älter, fand sich beispielsweise in der Reklameforschung schon vor dem Ersten Weltkrieg, siehe Mataja, Reklame, S. 38 f.

[204] Völkerpsychologische Untersuchung 5, 2. 11. 1935, BAMA, RH 2/981, Bl. 99–115, siehe auch Sywottek, Mobilmachung, S. 65; Uziel, Propaganda, S. 47. Entsprechende Überlegungen waren ab 1927 auch in die höhere akademische Offiziersausbildung eingegangen, siehe Bald, Generalstab, S. 78 f. Zur Beobachtung der UdSSR als Vorbild im Medienkrieg siehe z. B. Blau, Kriegführung, S. 65–72.

[205] Buchbender, Erz, S. 22; Uziel, Propaganda, S. 97–102; Wedel, Wehrmachtpropaganda 1, S. 15 f.

zwischen beimaß.[206] Insbesondere galt dies für die Irreführung des Gegners, auf die Keitel im Februar 1939 persönlich zurückgriff, als er anordnete, dass im In- und Ausland verbreitet werden solle, dass Deutschland keine weiteren Gebiete in Europa beanspruche und nur aus defensiven Gründen aufrüste.[207] Auch im Herbst 1939 setzte die Wehrmachtspitze darauf, das Ausland mithilfe der Medienarbeit täuschen zu können. Wie im Vorjahr sollte über die geplanten Herbstübungen berichtet werden.[208] Hinter dem medialen Deckmantel wurde diesmal die Mobilisierung gegen Polen vorbereitet.[209] Zeitgleich wurde mit Unterstützung der Streitkräftespitzen eine Kampagne initiiert, um die Kampfhandlungen gegen Polen im In- und Ausland rechtfertigen zu können.[210] Als mit dem Überfall auf Polen der Zweite Weltkrieg begann, waren sieben Propagandakompanien des Heeres, vier der Luftwaffe und zwei der Marine nominell einsatzbereit.[211] Wenn man so will, war es dem deutschen Militär mithilfe des RMVP gelungen, die Medienarbeit sowie die relevanten Medienvertreter in die militärische Hierarchie zu integrieren und letztere so, den eigenen Medienbildern entsprechend und ganz im Sinne eines starken, kontrollierenden Staats, tatsächlich zu Befehlsempfängern zu machen.

Großbritannien hatte keine vergleichbare Dynamik entwickelt. Doch etwa in der Mitte der 1930er Jahre begann auch das britische Militär, dem Medienkrieg wieder mehr Aufmerksamkeit zu widmen. Es reagierte damit auf technologische Veränderungen und auf die einschlägigen Aktivitäten anderer Nationen. Dies zeigte sich zunächst im Bereich des Radios: Die Rundfunktechnologie war seit dem Ersten Weltkrieg beobachtet worden. Während die RAF vor allem besorgt war, ob eigene Radiosender von gegnerischen Piloten als Navigationshilfe benutzt werden könnten, sahen die beiden anderen Teilstreitkräfte das Potential des Rundfunks im Medienkrieg. In einem Papier des War Office hieß es 1935:[212]

> Broadcasting has now assumed the status of a weapon of war of which the principal ammunition is propaganda. If this is so and if this weapon is to be turned to the greatest advantage, it is

[206] So urteilten auch Wedel, Lehrgangsprotokolle, BAMA, MFB 4/15158, Folie 497585f.; Murawski, Wehrmachtbericht, S. 26f. und Sommerfeldt, OKW, S. 48.

[207] OKW 461/39 g.K. WFA/L (Ia), 27. 2. 1939, BAMA, RM 7/1103, Bl. 76f.

[208] OKW I r WFA/WPr IIc 655/39, 17. 7. 1939, BAMA, RW 4/240, Bl. 71–75.

[209] Vgl. OKM Neu 1.Abt.Skl. I c 1746/39 g.Kdos., zu Besprechung bei WPr am 18. 8. 1939, BAMA, RM 7/1100, Bl. 81–85.

[210] Görlitz, Generalstab, S. 283; Sywottek, Mobilmachung, S. 209, 220, 234; siehe auch Ansprache Hitlers vor den Militärspitzen am 22. 8. 1939, wiedergegeben in Schramm (Hrsg.), OKW 1/2, S. 949.

[211] Teils fehlte es an Ausrüstung, siehe Wedel, Wehrmachtpropaganda 2, S. 6; Uziel, Propaganda, S. 111f.; zur Aufstellung der Marine-PK siehe Marinekommandoamt Neu 1.Skl.I c 1658/39 g.Kdos, August 1939, BAMA, RM 7/1100, Bl. 185f. und A IIb 14919/39 geh., BA, R 55/20876, Bl. 231–234; siehe auch Uziel, Propaganda, S. 107. Zur distanzierten Haltung einiger Journalisten zur militärischen Organisationsform siehe Schmidt-Scheeder, Hölle, S. 37–39. Die zuvor eigenständige Medienarbeit der Luftwaffe wurde angesichts der Mobilmachung im August 1939 in WPr integriert, Wedel, Wehrmachtpropaganda 1, S. 12.

[212] CID-Subkomitee zur General Policy of Broadcasting in Time of War, Sitzung, 20. 2. 1935, TNA, Cab 16/120; die zwiespältige Sicht auf das Radio zog sich durch beinahe durch die gesamte Zwischenkriegszeit, vgl. Notiz des Air Ministry, 6. 11. 1926, CID B 735, TNA, Cab 4/15.

important that plans for the active use of the Broadcasting service should be elaborated and not only those which are required for control and censorship.[213]

Zwar wurden anderen Medien, namentlich der Presse, die gleichen Möglichkeiten zugeschrieben. Doch wurde der Rundfunk deswegen besonders hervorgehoben, weil er nationale Grenzen überschreiten konnte.[214] Vor allem galt es als schwieriger, sich gegen eine über das Radio vorgetragene ‚mediale Offensive' zu verteidigen. Dies war insofern besorgniserregend, als man der Ansicht war, dass Großbritannien in einem Medienkrieg strukturell in der Defensive wäre. Als Demokratie stand es nach Ansicht des Air Ministry für den Status quo, während die totalitären Staaten auf Neuerungsversprechen und Reformen setzen könnten.[215] Entsprechend besorgt beobachtete die britische Militärführung die Medienkriege, die in den 1930er Jahren nicht zuletzt im für das Empire wichtigen Mittelmeerraum stattfanden, beispielsweise im Kontext des Konflikts zwischen Italien und Äthiopien. Praktisch reagierte allerdings zunächst die zivile Regierung. Sie beschloss vor dem Hintergrund dieses Konfliktes, dass im Krieg die BBC als Mittel der Einflussnahme auf In- und Ausland einerseits und potentielles Sicherheitsrisiko andererseits von ihr gesteuert werden müsse – ohne den Sender dadurch nach außen als reines Sprachrohr erscheinen zu lassen. Das Konzept einer verschleierten Lenkung wurde zum Bestandteil der bereits angesprochenen Planung für das MoI, das in einem kommenden Konflikt eingerichtet werden sollte, um die Medienarbeit der Regierung und der Streitkräfte zu übernehmen. Letztere waren an diesen Planungen beteiligt, konzentrierten sich aber vor allem auf Fragen der Informationssicherheit.[216]

Erst Ende der 1930er Jahre wechselten die britischen Streitkräfte von der Rolle des mahnenden Beobachters in diejenige eines aktiven Förderers des Medienkrieges. Ein wesentlicher Grund dafür waren die Aktivitäten anderer Staaten. So berichteten die Chiefs of Staff (COS), zu dieser Zeit der First Sea Lord Großadmiral Sir Ernle Chatfield, der CIGS General Sir John Vereker (bekannt als Lord Gort) und der Chief of the Air Staff (CAS) Newall, am 21. Februar 1938 dem Committee of Imperial Defence über die Situation im Nahen Osten.[217] Zwar bestand ihrer

[213] Eingabe vom 4. 4. 1935, TNA, Cab 16/120; vgl. Vortrag des Oberstleutnants der Marines Orde ‚Propaganda and its Organisation in War', TNA, Adm 1/8657/44.

[214] Eingabe vom 4. 4. 1935, TNA, Cab 16/120; siehe auch Goren, Secrecy, S. 81.

[215] Memorandum, 17. 11. 1938, TNA, Air 2/3000, siehe auch TNA, Air 75/121; Charles J. Rolo, Radio Goes to War. The „Fourth Front", London 1943, S. 44.

[216] Grundlegend: McLaine, Morale, S. 1–27; Taylor, Munitions S. 210f. Bericht des ad hoc Sub-Committee des Committee for the Co-ordination of Departmental Action on the Outbreak of War, 8. 10. 1935, TNA, Cab 4/23; ferner 322. CID-Sitzung, TNA, Cab 2/7; TNA, Cab 3/6. Beachte auch, zur Kontrolle des Foreign Office über Newsreels, Pronay, Rearmament, S. 88; zu der über Filme Richards und Hulbert, Censorship, *passim*.

[217] Erste Pläne für Medienarbeit im Nahen Osten, inklusive Informationssicherheit und Möglichkeiten der Einflussnahme auf verschiedene Zielgruppen und deren Anfälligkeit für Propaganda, waren direkt nach dem Ersten Weltkrieg entstanden: Entwurf des Berichts des War Book (NE) Subkomitees zur Zensur, 30. 9. 1922 und zweite Sitzung des Subkomitees, 9. 10. 1922, TNA, Adm 116/4082 – ein deutlicher Ausbau der Medienarbeit gegenüber dem War Book 1913, das für dieses Gebiet nur Überschriften kannte.

Ansicht nach bisher keine Gefahr durch italienische Versuche, die arabischen Bevölkerungen durch Radiosendungen zu beeinflussen. Dies jedoch könne sich ändern:

> Arabs are, however, essentially opportunists and would almost certainly throw in their lot with what they thought the winning side. If in a war with us Italy gained any temporary ascendency in the Eastern Mediterranean or any success in Egypt, Arab leaders might be more influenced by Italian propaganda, especially their wireless broadcasts, than they have been in the past.[218]

Eigentlich billigten die Stabschefs dem Medienkrieg hier keine ernsthafte Wirkmacht zu. Sie gingen vielmehr davon aus, dass er erst die Bevölkerung beeinflussen könnte, wenn Großbritannien in einem bewaffneten Konflikt in die Defensive geriet. Dennoch schenkten sie dem Medienkrieg mehr Beachtung, als potentielle Kriegsgegner ihn mehr und mehr betrieben. Dies war der Fall, als die COS 1939 in veränderter Zusammensetzung – Admiral Sir Roger Backhouse hatte Chatfield als First Sea Lord abgelöst, Gort und Newall wurden durch Vertreter repräsentiert – verstärkte Versuche Deutschlands kommentierten, Unruhen in der arabischen Bevölkerung anzuheizen und diese gegen Großbritannien aufzubringen. Nun war nicht mehr die Rede davon, dass ein bewaffneter Konflikt notwendig sei, um diesem medialen Angriff Wirkung zu verleihen. Vielmehr warnten die COS davor, dass sich der Nahe Osten nicht würde halten lassen, wenn die deutsche Medienoffensive erfolgreich verlaufe.[219] Am 26. April 1939 wurden daher zwei Deutsche aus Palästina ausgewiesen. Einer von ihnen, ein ehemaliger Offizier, war dort für das Deutsche Nachrichtenbüro tätig gewesen.[220] Die Lage vor Ort beruhigte sich jedoch nicht und die Unruhen galten weiterhin als Folge deutscher Aktivitäten.[221]

Das britische Militär sah sich also am Vorabend des Zweiten Weltkriegs als Opfer eines medial geführten deutschen Angriffs gegen die eigene Peripherie.[222] Hierauf reagierten die Streitkräfte, indem sie sich selbst dem Medienkrieg verschrieben. Dafür drängten sie zunächst die zivilen Stellen, ihre entsprechenden Anstrengungen auszubauen, und unterstützten sie dabei nach Kräften.[223] Nach der Münchner Konferenz beharrte unter anderem die RAF-Führung darauf, den Medienkrieg gegen Deutschland vorzubereiten. Eine entsprechende Stelle wurde unter Campbell Stuart eingerichtet.[224] Diesem lieh der DNI Troup im Januar 1939 seinen eigenen Medienspezialisten aus, um die Vorbereitungen voranzutreiben. Troups Nachfolger, Konteradmiral John Henry Godfrey,[225] bestätigte diesen

[218] COS 691, 21. 2. 1938, TNA, Cab 53/37.
[219] CLS, 266. Treffen, 5. 1. 1939, TNA, Cab 53/10; siehe auch COS, 1. 5. 1939, TNA, Cab 53/11.
[220] TNA, WO 106/1594C.
[221] Schreiben vom Generalstab India/Palestine, 31. 5. 1939, TNA, WO 106/1594C.
[222] Aus britischer Perspektive war also die auf das Ausland zielende deutsche Medienarbeit nicht von geringer Bedeutung, wie es Uziel suggeriert, UZIEL, Propaganda, S. 43.
[223] Zuständig war laut War Book das Foreign Office, vgl. Schreiben vom 30. 5. 1939, TNA, Adm 1/10014; zur Beobachtung der Entwicklungen in anderen Ländern, namentlich in Russland, Italien und Deutschland, siehe TAYLOR, War, *passim*.
[224] SLESSOR, Blue, S. 217; PHILIP M. TAYLOR (Hrsg.), Allied Propaganda in World War II. The Complete Record of the Political Warfare Executive (FO 898), Reading 2003, S. 7.
[225] PATRICK BEESLY, Godfrey, John Henry (1888–1971), in: ODNB, Bd. 22, Oxford 2004, S. 568f.

Schritt.[226] Im Februar besprachen die Streitkräftespitzen mit Stuart die Pläne für den Medienkrieg: Die Admiralty, die schon im September 1938 festgestellt hatte, bei einem Medienkrieg gegen Deutschland nicht helfen zu können, sah ihren Schwerpunkt im Mittelmeerraum.[227] Hier wollte sie im Kriegsfall versuchen, Italien über Rundfunk und Flugblätter zu beeinflussen.[228] Letztere standen auch im Zentrum der Medienkriegspläne der RAF. Diese hatte vor, ihre koloniale Flugblattstrategie gegen Deutschland einzusetzen.[229] Der Commander-in-Chief des Bomber Command, General Sir Edgar Ludlow-Hewitt, hoffte im Herbst 1938, so zwei Ziele erreichen zu können: Er wollte die deutsche Bevölkerung und Führung im Falle eines Krieges entzweien und durch den Abwurf von Warnungen vor tatsächlichen Bombenangriffen die eigene Kriegführung in den Augen Neutraler positiv darstellen.[230] Deutschland galt in der RAF als besonders empfänglich für den Medienkrieg, weil die NS-Führung diesem selbst einen hohen Wert zuschrieb.[231] Die Army ihrerseits sah es im Sommer 1939 als notwendig an, den Medienkrieg schon im Frieden zu beginnen: Am 14. Juli forderte der Deputy Director of Military Intelligence, Generalmajor Frederick Beaumont-Nesbitt, das Ansehen des britischen Militärs im Ausland aktiv zu steigern. Weltweit untergrüben die totalitären Staaten das Ansehen der britischen Streitkräfte. Das War Office sei hilflos, da sein Directorate of Public Relations nicht im Ausland agieren dürfte. Daher forderte er eine gemeinsame Abteilung der Teilstreitkräfte, die mit der Special Branch des Foreign Office unter Lord Perth kooperieren sollte.[232] Schon zwei Wochen darauf rief Perth die Teilstreitkräfte auf, ihn mit entsprechendem Material zu versorgen; Admiralty und Air Ministry erklärten sich hierzu ebenfalls bereit.[233] Bevor entsprechende Maßnahmen ergriffen werden konnten, begann allerdings der Krieg: Am 25. August 1939 starteten daher Gort, Newall und der neue First Sea Lord Großadmiral Dudley Pound aufgrund der Lage auf dem Kontinent die Kooperation mit Stuarts Organisation.[234]

[226] Notiz Godfrey, 25. 1. 1939, TNA, Adm 223/477.
[227] Memorandum aus dem September 1938, TNA, Adm 223/477.
[228] Konferenz ‚Propaganda in Enemy Countries in Time of War', 20. oder 21. 2. 1939, TNA, Adm 223/477.
[229] Am Rande der Schnittmenge von Luft- und Medienkrieg stand auch die Aufklärung der eigenen Bevölkerung über korrektes Verhalten bei Luftangriffen. Diese beschäftigte die britische Militärführung in den 1930er Jahren, Deutschland galt hier als Vorbild, CID 197A, TNA, Cab 53/24; auch 299. CID-Sitzung, 14. 10. 1937, TNA, Cab 53/34.
[230] Schreiben des Deputy Director of Plans an Newall, 17. 9. 1938, TNA, Air 75/121; siehe auch COS, 316. Sitzung, 30. 8. 1939, TNA, Cab 53/11.
[231] Propaganda as a Weapon of War Against Germany, undatierter Entwurf, TNA, Air 75/121.
[232] Schreiben des Deputy Director of Military Intelligence, 14. 7. 1939, TNA, Cab 56/4.
[233] Besprechung des Schreibens des Deputy Director of Military Intelligence, 31. Sitzung, JIC, 27. 7. 1939, TNA, Cab 56/1.
[234] COS, 313. Sitzung, 25. 8. 1939, TNA, Cab 53/11; Taylor sieht in solchen Vorkriegsaktivitäten, vor allem der zivilen Stellen, bereits einen ‚methodischen' Vorläufer des Kalten Krieges, TAYLOR, Arm, S. 255 f.

7. Medienarbeit als Kriegsalltag (1939–1945)

Im Zweiten Weltkrieg erreichte die Medienarbeit ein höheres Maß an Präsenz innerhalb der Streitkräfte. Für Deutschland bildete der Krieg gar den Höhe- und Endpunkt der militärischen Medienarbeit innerhalb der ersten Jahrhunderthälfte. Der Konflikt wurde von Beginn an als der Medienkrieg wahrgenommen, zu dem der Erste Weltkrieg erst nach und nach geworden war.[1] In den folgenden vier Unterkapiteln gehe ich separat auf die Medienarbeit für die Heimat im Rahmen des Medienkrieges, diejenige Medienarbeit, die bisher friedenstypisch gewesen war, die Medienarbeit, die auf Neutrale gerichtet war, und schließlich diejenige ein, die direkt auf den Gegner abzielte.

7.1 Im Schatten des Ersten Weltkriegs – Medienarbeit für die Moral der Heimat

Im Ersten Weltkrieg war die Moral der heimatlichen Bevölkerung zu einer zentralen Sorge der Regierungen, aber auch der Streitkräftespitzen geworden. Gerade in Deutschland war nichts von dieser Nervosität verloren gegangen. Die Moral der Heimat war infolge der Dolchstoßlegende geradezu zur Obsession geworden, ihr Zusammenbruch galt als Ursache der eigenen Niederlage 1918. Diesmal sollte sie standhaft bleiben. In diesem Unterkapitel untersuche ich die Rolle, die militärische Medienarbeit bei dem Versuch spielen sollte, die heimatliche Moral im Zweiten Weltkrieg zu schützen. Zunächst gehe ich auf Großbritannien, danach auf Deutschland ein.

Ende der Angst – Informationsausgabe statt Einflussnahme in Großbritannien

In Großbritannien sollte sich das Ministry of Information (MoI), von McLaine treffend als *Ministry of Morale* bezeichnet, im Namen der Regierung um die Moral der heimatlichen Bevölkerung kümmern und sie mithilfe von Erhebungen messen. Zu Kriegsbeginn herrschte gerade in der zivilen Regierung große Nervosität: Man erwartete, dass die Moral im Fall schwerer Luftangriffe auf Städte wie London rasch kollabieren könnte.[2] Nur langsam ließ diese Furcht nach, denn die Bevölkerung der bombardierten Städte schien an Entschlossenheit zu gewinnen.[3] Das MoI kam schrittweise zu der Erkenntnis, dass die Briten gewillt waren, den

[1] Fussell bezeichnet den Zweiten Weltkrieg als „Publicity War“, FUSSELL, Wartime, S. 153.

[2] MCLAINE, Morale, *passim*; vgl. ORANGE, Slessor, S. 6–10, 38–41; ferner COOPER, Vergessen, S. 211, 328.

[3] MCLAINE, Morale, S. 34f., 45f., 60, 63f.; Doherty zeigt allerdings, dass vereinzelt die Aufmerksamkeit gegenüber deutscher Rundfunkpropaganda in bombardierten Orten stieg, DOHERTY, Wireless, S. 117f.; siehe ferner, zu grundsätzlicher Kritik am *morale bombing*, FUSSELL, Memory, S. 8.

Krieg zu unterstützen, solange sie erfuhren, was geschah, selbst dann, wenn die Nachrichten schlechte waren. Entsprechend war es bemüht, die Bevölkerung möglichst rasch und umfassend zu informieren. Freilich blieb es dabei im Rahmen der Sicherheitsbedürfnisse der Streitkräfte und zeitweise politischer Bedenken hinsichtlich neutraler und verbündeter Staaten.[4] Dies gelang ab Sommer 1941 zunehmend. Zum einen lag dies daran, dass Churchill angeordnet hatte, dass die Streitkräfteministerien ihre eigene Öffentlichkeitsarbeit vollständig über das MoI abwickeln sollten. Zum anderen war es möglich, weil Brendan Bracken im Sommer 1941 Minister of Information wurde und als Vertrauter Churchills in der Lage war, dem Ministerium die zuvor fehlende Stabilität zu verleihen.[5] Das Kabinett legte seine Sorgen hinsichtlich der Haltung der Bevölkerung vollends ab, nachdem es den britischen Streitkräften im November 1942 gelungen war, den Siegeszug der Achsenmächte in Nordafrika zu stoppen. Der Wendepunkt des Krieges schien erreicht. Ganz wie es der CIGS Brooke vermutet hatte, schien der Sieg bei El Alamein die „public opinion" positiv zu beeinflussen.[6] Welche Rolle aber spielte die Heimatmoral in der Medienarbeit der britischen Streitkräfte selbst?

Bereits in der ersten Kriegswoche hatten die Leiter der militärischen Nachrichtendienste im Joint Intelligence Committee (JIC) vom MoI verlangt, die Aktivitäten der Streitkräfte, namentlich den ersten britischen Luftangriff auf Wilhelmshaven, prominenter in die Medien zu bringen, da dies gut für die „national morale" sei.[7] Weitere Schritte unternahmen die Streitkräftespitzen nicht und selbst solche Forderungen blieben im Kriegsverlauf selten. Einige von ihnen, beispielsweise der Aufruf des War Office im Dezember 1939, die BBC solle von den deutschen Propagandasendungen des *Lord Haw-Haw* ablenken, zielten zweifellos darauf ab, die Heimatmoral zu schützen.[8] Sicherlich sollten auch Radiointerviews mit Offizieren diesem Zweck dienen. Für die Marine hatte der Director of Naval Intelligence Godfrey solche Sendungen entwickelt, analog zu Beispielen aus den USA und Deutschland.[9] Die Methode wurde gerade durch die RAF schnell übernommen, und im Dezember 1939 gestattete das War Cabinet Sendungen aktiver Offiziere. Später stellten sich auch die Stabschefs Pound, Dill und Portal hinter diese – da die Öffentlichkeit nach ihnen verlange.[10] Zudem wurden für den Invasionsfall

[4] McLaine, Morale, S. 278 f.; Hammond weist darauf hin, dass sich die Verbreitung von Nachrichten aufgrund des Rundfunks sowieso kaum verhindern ließ, William M. Hammond, The Army and Public Affairs. A Glance Back, in: Colonel Lloyd J. Matthews (Hrsg.), Newsmen & National Defense. Is Conflict Inevitable?, McLean 1991, S. 1–18, hier S. 9; siehe ferner Fussell, Wartime, S. 139–143.

[5] McLaine, Morale, S. 91–93, 240–245, 252; siehe auch Kubetzky, Inszenierung, S. 364 f.

[6] Tagebucheintrag Brooke, 7. 11. 1942, wiedergegeben in Brooke, Diaries, S. 339; McLaine, Morale, S. 256 f.; siehe auch Doherty, Wireless, S. 150; Hamilton, Master, S. 3–10.

[7] JIC(39)1, 7. 9. 1939, TNA, Cab 81/87a.

[8] Doherty, Wireless, S. 102; siehe darüber hinaus ebd., S. 172 f.

[9] Siehe Schriftwechsel im Oktober und November sowie begründungslose Entscheidung des First Lord, 7. 11. 1939, TNA, Adm 1/9788.

[10] Entwurf der Organisation in der Admiralty, 20. 12. 1939 und Bestätigung des First Lord nach Schreiben vom 29. 12. 1939, TNA, Adm 1/10471; für Kritik im März 1940 TNA, Adm 1/20123; Haltung des Air Ministry, TNA, Air 2/5275; für die COS siehe COS(41)200, 3. 6. 1941, TNA,

Sendungen prominenter Streitkräftevertreter wie des Generals Sir Edmund Ironside vorbereitet, der zwischen Gort und Dill für einige Monate als CIGS amtierte.[11] Allerdings scheint die Sorge um die Heimatmoral bei den Streitkräftevertretern nicht allzu groß gewesen zu sein. Immerhin entschieden sie sich mehrfach dagegen, Rundfunkfrequenzen zu stören, die von Deutschland genutzt wurden, um nach Großbritannien zu senden. Es war ihnen wichtiger, Deutschland keinen Grund zu geben, seinerseits die von Großbritannien genutzten Frequenzen zu blockieren.[12] Auch reagierten sie gerade in den ersten Kriegsjahren eher zögerlich, wenn das MoI um Material für Veröffentlichungen bat. So musste der Minister of Information, Duff Cooper, beispielsweise im April 1941 persönlich im Air Ministry um mehr Informationen und insbesondere Bilder bitten – obwohl ihm die RAF, mit ihrer rührigen und von zahlreichen ehemaligen Journalisten besetzten PR-Abteilung, als diejenige Teilstreitkraft galt, die am besten mit seinem Ministerium kooperierte.[13] Dieser Umstand gibt einen Hinweis darauf, dass es gar nicht primär die Moral der Bevölkerung war, die die britischen Streitkräfte motivierte, Medienarbeit für die Heimat zu betreiben. Im Fall der RAF, die am besten mit dem MoI kooperierte und die auch für den Luftangriff auf Wilhelmshaven zuständig gewesen war, war die treibende Kraft die Selbstdarstellung, auf die ich im nächsten Unterkapitel näher eingehe. Die Sorge um die Heimatmoral im Zweiten Weltkrieg, so scheint es, war in den britischen Streitkräften zwar präsent, erreichte aber kein so kritisches Niveau, dass deren Spitzen eine besondere Medienarbeit für notwendig gehalten hätten. Diese Annahme lässt sich bestätigen, wenn man die wohl schwerste Krise der britischen Kriegführung in den Blick nimmt.

Angesichts der französischen Niederlage und des britischen Rückzugs vom europäischen Kontinent im Sommer 1940, als die COS so sehr um die Informationssicherheit besorgt waren, dass sie sogar das Ende der Freiwilligkeit der Zensur diskutierten,[14] war die Moral der Heimat kein großes Thema. Die Streitkräftespitzen führten ihren Schutz zwar immer wieder als eines der Ziele der eigenen Medienarbeit an, hoben sie jedoch nicht besonders hervor.[15] Der Director of Air Intelligence (DAI),[16] Brigadegeneral Archibald Boyle, fand im gegnerischen Medienkrieg – nicht unähnlich den deutschen Streitkräften 1918 – eine Erklärung für die deutschen Siege in Frankreich. Dass nun Großbritannien selbst Ziel dieses

Cab 79/11/60; COS(41)212 und 213, 14. und 16. 6. 1941, TNA, Cab 79/12/12 und 13; dennoch gab es immer Vorbehalte gegen Sendungen hochrangiger Kommandeure, siehe z. B. Tagebucheintrag Brooke, 18. 2. 1943, wiedergegeben in Brooke, Diaries, S. 383; zu Regeln für deren Auftritte siehe oben, Kapitel 5.2. Zu den Sprechern gehörte im Spätsommer 1942 auch Montgomery, Nigel Hamilton, The Making of a General, 1887–1942, London 1981, S. 675.

[11] McLaine, Morale, S. 67.

[12] Doherty, Wireless, S. 108–110.

[13] McLaine, Morale, S. 232 f.; Connelly, British, S. 42 f.

[14] Siehe oben, Kapitel 3.2.3.

[15] Siehe z. B. PROPAGANDA POLICY. Joint Note by Directors of Plans, Intelligence, and Representatives of Ministry of Information and Special Operations Executive, Covering Draft Appreciation, 23. 10. 1940, COS(40)858(J.P.), TNA, Cab 80/21/10.

[16] Der korrekte Titel zu dieser Zeit lautete noch Director of Intelligence at the Air Ministry.

Medienkrieges werde, müsse man also ernst nehmen, doch sei „the Anglo-Saxon temperament […] best fortified to resist the effects of such propaganda".[17] Auch als die RAF während der folgenden ‚Luftschlacht um England' darauf bedacht war, Berichte über die eigenen Leistungen in die Medien zu bringen, war von einer besonderen Sorge um die Heimatmoral in der Streitkräftespitze wenig zu sehen. Sicherlich legte sie Wert darauf, Großbritannien in den Medien nicht als hilfloses Opfer deutscher Angriffe erscheinen zu lassen.[18] Diese Botschaft war jedoch eher an die USA gerichtet, denen gegenüber die eigenen Leistungen in schwieriger Lage gezeigt werden sollten. Als Großbritannien vier Jahre später noch einmal unter schweren Beschuss geriet, nämlich durch die deutschen Flugkörper ‚V1' und ‚V2', reagierten die Streitkräfte operativ. Die Flugabwehr wurde verbessert und weit außerhalb Londons positioniert, die Abschussstellen und der Nachschub der ‚V-Waffen' wurden angegriffen.[19] Über die Informationssicherheit hinaus schien es den Stabschefs Brooke, Portal und Cunningham aber nicht notwendig, Medienstrategien zu diesem Thema zu entwickeln, zumal nur jedes 16. Geschoss überhaupt London erreichte. Ihre Haltung änderte sich bis zum Kriegsende nicht.[20]

Tatsächlich waren die britischen Streitkräftespitzen Anfang 1942 auf die Position des MoI eingeschwenkt: Die Moral der Heimatbevölkerung müsse nicht manipuliert werden, um den Krieg zu ertragen. Sie müsste zwar vor unbegründeten Hoffnungen geschützt, ansonsten aber schlicht mit „sound and interesting material" versorgt werden, auch im Fall von Rückschlägen.[21] Anstatt also selbst gezielte Medienarbeit für die heimatliche Moral zu betreiben, konzentrierten sich die britischen Streitkräftespitzen auf die Informationsausgabe und überließen den Rest den Medien, denen sie offensichtlich nach wie vor ein vergleichsweise hohes Maß an Vertrauen entgegenbrachten und für die sie geradezu zu Dienstleistern geworden waren.[22] Dies war beispielsweise der Fall, wenn sie regelmäßige Presse-

[17] Memorandum, 30. 7. 1940, JIC(40)217, TNA, Cab 81/98, ferner TNA, Cab 80/18/31.

[18] Siehe Konflikt zwischen RAF und Treasury um Ausgaben für Medienarbeit, Schriftwechsel in TNA, Air 2/4108, Dokumente 3 a, 4 und 5 a; ferner Schreiben Richard Pecks an Commander-in-Chief Air Marshal Sir R. E. C. Peirse im Bomber Command, 16. 1. 1941, TNA, Air 14/80; Schreiben Pecks, 23. und 30. 1. 1941, ebd.

[19] Stephen E. Ambrose, The Supreme Commander. The War Years of General Dwight D. Eisenhower, New York 1970, S. 442 f.; Eisenhower, War, S. 300.

[20] COS(44)(O)317, 25. 9. 1944, TNA, Cab 79/81/7, Cunningham wurde hier durch Vizeadmiral Sir Neville Syfret vertreten; COS(44)893(O), 10. 10. 1944, TNA, Cab 80/88/19.

[21] COS(42)64, 25. 2. 1942, TNA, Cab 79/18; Tagebucheintrag Brooke, 13. 12. 1944, wiedergegeben in Brooke, Diaries, S. 635; Eisenhower, War, S. 281 f.; siehe auch Thomas Dominikowski, ‚Massen'medien und ‚Massen'krieg, in: Martin Löffelholz (Hrsg.), Krieg als Medienereignis. Grundlagen und Perspektiven der Krisenkommunikation, Opladen 1993, S. 33–49, hier S. 42; Sweeney, Truce, S. 107 f.

[22] Beachte hierzu beispielsweise John Steinbeck, Once There Was a War, London 1979, S. 13. Die Praxis war also keine neue ‚Erfindung' nach 1991, Thomas Dominikowski, Massenmedien und Massenkrieg. Historische Annäherungen an eine unfriedliche Symbiose, in: Martin Löffelholz (Hrsg.), Krieg als Medienereignis II. Krisenkommunikation im 21. Jahrhundert, Wiesbaden 2004, S. 59–80, hier S. 76.

konferenzen gaben[23] oder sich darum bemühten, Kriegsberichterstattern möglichst gute Kommunikationsmöglichkeiten zu verschaffen – was nicht immer gelang:[24] Nach der Landung alliierter Kräfte in Nordafrika brachen die offiziellen Funkverbindungen für Journalisten schnell zusammen. Die Streitkräfte organisierten als Ersatz private Sendeeinheiten, die den Ansprüchen der Medienvertreter genügten.[25] Entsprechend erklärten die COS bei der Landung der Alliierten in Sizilien, dass „Commanders-in-Chief should provide all communication facilities practicable for the Press in a theatre of operations…“[26] Ein weiteres Jahr darauf, bei der Landung in der Normandie, führte jede Armee einen eigenen Funksender für die akkreditierten Journalisten mit sich, den die Streitkräfte selbst nur im äußersten Notfall nutzen durften.[27] Sieben Tage nach der eigentlichen Landung existierte bereits eine direkte Funkverbindung von der Normandie in die USA, wodurch Nachrichten die dortigen Redaktionen innerhalb von 20 Minuten erreichen konnten.[28] Während also die britischen Streitkräftespitzen im Gefolge der Regierung und in Kooperation mit den Medien weitgehend darauf zählten, dass „[a] well informed public, consistent with national security, is most conducive to morale,“ wie es auf dem Titelblatt der Geschichte der US-Zensoren im Zweiten Weltkrieg hieß, waren ihre deutschen Kollegen weniger gelassen.[29]

Angst ohne Ende – Der deutsche Versuch, durch Informationskontrolle die Heimat zu ‚erziehen'

Von der institutionellen Seite her betrachtet war die Position der deutschen Streitkräfte derjenigen der britischen Streitkräfte ähnlich, denn mit dem Reichsministerium für Volksaufklärung und Propaganda (RMVP) oblag auch hier die ‚Hei-

[23] Siehe beispielsweise Dwight D. Eisenhower, Kreuzzug in Europa, Amsterdam 1948, S. 118; vgl. auch oben, Kapitel 5.

[24] COS(43)186, 1. 7. 1943, TNA, Cab 80/40/86 und COS(43)114, 15. 7. 1943, TNA, Cab 79/27/24; siehe auch COS(43)143, 16. 9. 1943, TNA, Cab 79/27/53; zu Problemen bei der Nachrichtenübermittlung siehe beispielsweise für *Torch* Tagebucheintrag Butcher, 9. 12. 1942, wiedergegeben in Harry Cecil Butcher, Drei Jahre mit Eisenhower. Das persönliche Tagebuch von Kapitän zur See Harry C. Butcher, USNR, Marine-Adjutant von General Eisenhower, 1942–1945, Bern 1946, S. 248f.; Field Press Censorship, S. 10f.; bei der Offensive in Westeuropa Tagebucheinträge Butcher, 10. 10. 1944 und 5. 11. 1944, wiedergegeben in Butcher, Eisenhower, S. 706 und 717f.; die Kommunikationsgeschwindigkeit war 1939/40 im Ministry of Information diskutiert worden, TNA, Inf 1/384.

[25] Thomson, Admiral, S. 128f.

[26] COS(43)114, 15. 7. 1943, TNA, Cab 79/27/24, Beschluss über Memorandum des VCIGS, Generalleutnant Archibald Nye, COS(43)186, 1. 7. 1943, TNA, Cab 80/40/86.

[27] COS(43)252, Report by the Directors of Signals, 7. 9. 1943, TNA, Cab 80/41/52; COS(43)143, 16. 9. 1943, TNA, Cab 79/27/53; dass die Sender funktionierten bestätigte Eleanor Roosevelt: Rochelle Chadakoff (Hrsg.), Eleanor Roosevelt's My Day. Her Acclaimed Columns 1936–1945, New York 1989, S. 342. Zu Problemen bei der Berichterstattung über die Landung siehe Michelle Ferrari (Hrsg.), Reporting America at War. An Oral History, New York 2003, S. 55f.

[28] Sweeney, Truce, S. 112; siehe auch Braestrup, Battle, S. 31–43.

[29] Field Press Censorship, Titelblatt, die Quelle des dort zitierten Ausspruchs bleibt ungenannt; zu dem Informationsbedürfnis der Zensoren siehe ebd., beispielsweise S. 92f.

matmoral' einer zivilen Stelle.[30] Dieses setzte allerdings stark auf die Medienspezialisten des Militärs, die beispielsweise die lokalen Zeitungen mit Nachrichten über die heimischen Truppen versorgten.[31] Auch in der politischen Zensur der Kriegsnachrichten arbeiteten RMVP und Wehrmacht zusammen: Die Zensur im Namen der heimatlichen Moral nahmen die Kompaniechefs der PK vor, die von OKW und RMVP gemeinsam ernannt wurden.[32] Schließlich waren die Streitkräftespitzen stärker um die Moral daheim bemüht als ihre britischen Pendants, nicht zuletzt da sie, immer die Dolchstoßlegende im Hinterkopf, eine vergleichbare Krise wie 1918 vermeiden wollten.[33] Uziel sieht hierin gar die vordringlichste Sorge der Medienspezialisten der Wehrmacht.[34] Sie entsprach überdies der Geschichtsauffassung der NSDAP, die ihrerseits ein wesentlicher Grundpfeiler der Propagandabegeisterung der Partei war.[35]

Oberste Priorität hatte es, die Heimat vor ausländischen Einflüssen zu schützen – war es doch dank des Radios mühelos möglich, Botschaften über Grenzen hinweg zu verbreiten. Deren potentielle Wirkungen waren in Keitels Augen unbestreitbar: „Die Propaganda ist ein Kriegsmittel, eine gefährliche Waffe, die von allen Kriegführenden angewandt wird. Die Gefahr erkennen, heißt ihr die Wirksamkeit nehmen."[36] Zwar spielte er mit seinen Worten auf die Wehrmacht an, deren Soldaten vor der Wirkung des gegnerischen Medienkrieges geschützt werden sollten, doch für die Heimatbevölkerung galt das gleiche. Ausländische Radiosender zu hören, von Keitel als „seelische Selbstverstümmelung" gebrandmarkt, wurde mit Kriegsbeginn durch die Regierung verboten.[37]

Diese Schutzmaßnahme sollte verhindern, dass die Moral daheim zusammenbrach. Sie war jedoch nicht in der Lage, sie aktiv aufzubauen. Dies allerdings schien von Anfang an notwendig: Schon am Vorabend des Krieges hatte Halder die Stimmung in der Bevölkerung als „gedrückt" eingestuft.[38] Entsprechend interessierte er sich sehr für das primäre Mittel der deutschen militärischen Medienarbeit, den Wehrmachtbericht.[39] Dieser wurde auf der Grundlage der Berichte der Teilstreitkräfte täglich durch WPr erstellt und war auf die Produk-

[30] Für eine knappe Zusammenfassung der theoretisch klaren Hierarchie und praktischer Probleme – unter dem Einfluss des Propagandasyndroms – siehe HERZSTEIN, Campaign, S. 15–18.

[31] UZIEL, Propaganda, vor allem S. 151–158; WEDEL, Wehrmachtpropaganda 2, S. 29–32.

[32] BOLL, Bild, S. 986; SCHRÖDER, Kriegsbericht, S. 23f., 25f.; siehe zur Zensur ansonsten oben, Kapitel 3.

[33] DEIST, Kriegführung, S. 423.

[34] UZIEL, Propaganda, S. 210.

[35] KERSHAW, Nemesis, S. 187, 233.

[36] OKW 1 s 10 WFA/WPr (IIa), 21. 9. 1939, BAMA, RH 1/81.

[37] OKW WNV/Abw III/WPr (II c), 1050/40, 26. 1. 1940, BAMA, RH 1/81; siehe auch KARL DÖNITZ, Zehn Jahre und zwanzig Tage. Erinnerungen 1934–1945, Bonn [11]1997, S. 459; MESSERSCHMIDT, Wehrmacht, S. 316.; MURAWSKI, Wehrmachtbericht, S. 29.

[38] Tagebucheintrag Halder, 31. 8. 1939, wiedergegeben in FRANZ HALDER, Vom Polenfeldzug bis zum Ende der Westoffensive (Kriegstagebuch, Bd. 1), hrsg. v. Hans-Adolf Jacobsen, Stuttgart 1962, S. 47.

[39] HERZSTEIN, Campaign, S. 169f.; HALDER, Kriegstagebuch 1, vor allem S. 58–82; MURAWSKI, Wehrmachtbericht, S. 25; SCHRÖDER, Kriegsbericht, S. 24f.

tionszeiten der wichtigen Medien abgestimmt. Wedel war überzeugt, dass „die Öffentlichkeit ständig auf Nachrichten von den Kämpfen wartet."[40] Abschließend wurde jeder Bericht von Jodl und Hitler in seine endgültige Form gebracht.[41] Er wurde über die Presse ebenso wie über den Rundfunk verbreitet und durch Sondermeldungen und die Kriegsberichte sowie die Bild- und Filmaufnahmen der PK (und weniger unabhängiger Berichterstatter) ergänzt, die international auf große Resonanz stießen, da sie ungewohnt nah am Geschehen waren.[42] Hinzu kamen vier Zeitschriften der Wehrmacht, *Die Wehrmacht*, *Unser Heer*, *Der Adler* und *Die Kriegsmarine*. Wie in Großbritannien gingen auch Offiziere im Rundfunk auf Sendung, und zwar Generalleutnant Kurt Dittmar für das Heer, General Erich Quade für die Luftwaffe und Vizeadmiral Friedrich Lützow für die Marine.[43] Obwohl es im Kriegsverlauf immer wieder Konflikte um die Grenzen dessen gab, was im Namen der Sicherheit gesagt werden durfte,[44] stand insbesondere Jodl hinter dem Wehrmachtbericht. Er verlieh ihm im Juli 1941 auch offiziell seinen Namen.[45]

Trotz der politischen Zensur und der gezielten Informationsausgabe legte sich die Sorge der Streitkräftespitzen um die Moral der Heimat nicht, als die Wehrmacht Polen besiegt hatte. Nun sollte die Medienarbeit vermeiden, dass sich die Bevölkerung falschen Hoffnungen hingab, insbesondere derjenigen eines schnellen Kriegsendes.[46] Auch ohne aktuelle Krise überließen die Streitkräftespitzen die Medienarbeit nicht den militärischen oder zivilen Experten. Der Stabschef der Seekriegsleitung (Skl), der spätere Admiral Otto Schniewind, befand im Januar 1940 die Kriegsberichterstattung für gut. Er kritisierte aber „[d]ie Tendenz dieser Berichterstattung [...] die eigenen Leistungen dem Volk gegenüber in übertriebener Weise herauszustellen, die des Gegners zu verkleinern bzw. zu ironisieren" und die „grundsätzlich in Superlativen arbeitende Schwarz-Weiß-Methode," die beispielhaft in der lange wiederholten, aber falschen Meldung zum Ausdruck kam, der britische Flugzeugträger *Ark Royal* sei versenkt worden.[47] Die Medienarbeit sollte sich seiner Ansicht nach stattdessen darauf konzentrieren, „das Volk so zu erziehen, daß unausbleibliche Rückschläge und Verluste seinen Kampfwillen

[40] OKW 2024/39 WFA/WPr IIa, 9.9.1939, BAMA, RH 1/81.
[41] Ebd.; Murawski, Wehrmachtbericht, S. 38–48, 52–57.
[42] Herzstein, Campaign, S. 179, 227; Moll, Wehrmachtpropaganda, S. 136; Murawski, Wehrmachtbericht, S. 36f.; Paul, Skizze, S. 23f.; Schröder, Kriegsbericht, S. 12; André Uzulis, Deutsche Kriegspropaganda gegen Frankreich 1939/40, in: Jürgen Wilke (Hrsg.), Pressepolitik und Propaganda. Historische Studien vom Vormärz bis zum Kalten Krieg, Köln 1997, S. 127–171, S. 129f.
[43] Murawski, Wehrmachtbericht, S. 160; Wedel, Wehrmachtpropaganda 1, S. 72f.
[44] Siehe beispielsweise OKH GSdH OQu IV Abt.zbV 302/39, 26.10.1939, BAMA, RW 4/239, Bl. 140f.
[45] Murawski, Wehrmachtbericht, S. 33, 36f.
[46] OKM 749/ MIp, 20.12.1939 an WPr, BAMA, RW 4/239, Bl. 173.
[47] Goebbels behauptete dies am 26.9.1939, Andreas Hillgruber und Gerhard Hümmelchen, Chronik, in: Schramm, Percy E. (Hrsg.), Kriegstagebuch des OKW 1940–1941 (Bd. 1, Teilband 2), Augsburg 2005, S. 1149–1243, hier S. 1151; siehe auch Kriegstagebuch C VIII der Skl, Bd. 2, 1940, Anlage 2, 9.1.1940, S. 2, BAMA, RM 7/202; Herzstein, Campaign, S. 74.

nur stärken."[48] Hier zeigt sich nicht nur einmal mehr der elitäre Anspruch des deutschen Militärs, gegenüber der eigenen Bevölkerung die Rolle eines ‚Erziehers' einzunehmen und hierfür die Medien – über das RMVP – bis ins Detail zu steuern. Es wird zudem die Erfahrung des Ersten Weltkriegs offenbar, die hinter der auch in Großbritannien bekannten Forderung stand, Zurückhaltung bei positiven Botschaften zu üben. Zugespitzt wurde sie in Deutschland durch die Dolchstoßlegende, die die Niederlage im Ersten Weltkrieg eben auf einen Zusammenbruch dieses Kampfwillens zurückführte: „Die Unterschätzung der Schwere und der eventuellen Dauer des Kampfes stellt eine Gefährdung der inneren Widerstandskraft dar…"[49] Die Lösung, die Schniewind vorschwebte, war, ganz im Stil des auf Kontrolle fixierten deutschen Militärs und insbesondere auch des nationalsozialistischen Staats, die „[s]traffere und umfassendere Steuerung der Presse und des Rundfunks in allen Fragen der Kriegsberichterstattung."[50]

Solange Deutschland militärische Erfolge aufweisen konnte, blieb es bei dieser kritischen Perspektive der Streitkräftespitzen auf die Medienarbeit für die Heimat. So versicherte Jodl, inzwischen zum wesentlichen Akteur an der militärischen Spitze geworden,[51] im Januar 1941, Großbritannien könne den Krieg nun nicht mehr militärisch gewinnen. Gerade daher versuche es, wie im Ersten Weltkrieg, die deutsche Moral anzugreifen. Man sei diesmal allerdings nicht hilflos: „Es liegt an uns, ob die englische Propaganda uns in unserem Siegeswillen irgendwie berühren kann."[52] Als Mitte 1941 der Angriff auf die Sowjetunion, das Unternehmen ‚Barbarossa', bevorstand, vertrat er die Position, die auch die Marine eineinhalb Jahre zuvor vertreten hatte. Die Berichterstattung der kommenden Monate sollte durch „*Wahrheit und Schnelligkeit*" geprägt sein; zudem müsse man besonders auf die „*Überzeugungskraft der deutschen Berichterstattung*" achten, von Übertreibungen absehen und sogar Niederlagen eingestehen. Es gehe darum, „das eigene Volk zur notwendigen Härte zu erziehen."[53] Die Skl pflichtete bei.[54] Diese latente Furcht vor einem erneuten Dolchstoß blieb präsent, als im November klar war, dass ein Blitzsieg gegen die Sowjetunion nicht mehr möglich war. Die Skl forderte nach wie vor vom RMVP, dass die Presse eine weniger „unsoldatische

[48] Kriegstagebuch C VIII der Skl, Bd. 2, 1940, Anlage 2, 9. 1. 1940, S. 3 f., BAMA, RM 7/202.

[49] Ebd., S. 4, BAMA, RM 7/202.

[50] Ebd., S. 5, BAMA, RM 7/202; siehe auch entsprechende Forderungen der Medienspezialisten der Wehrmacht im Rahmen der ersten ‚Kriegstagung der deutschen Presse' im Februar 1940, WPr-Lagebericht, 29. 2. 1940, BAMA, RW 4/339.

[51] Görlitz, Generalstab, S. 296.

[52] OKW, 1 s 10 WFSt/WPr (IIa) | 100/41, gezeichnet durch Jodl, 25. 1. 1941, BAMA, RH 1/81; zeitgleich wurde das Hinweisblatt ‚10 Gebote gegen Feindpropaganda' verteilt, ebd. Insbesondere auf lange Sicht war der Medienkrieg zunächst von Sorgen begleitet. Halder selbst notierte bereits im September 1939, dass die Propaganda der Gegner auf Dauer Deutschlands „Erfolge verblassen lassen" werde, Halder, Notizen von Generalstabsbesprechungen, Bd. 1b, 27. 9. 1939, BAMA, RH 2/129, Bl. 8.

[53] Chef WFSt/OKW 4210/41 geheim, 18. 6. 1941, BAMA, RH 1/81; Hervorhebungen im Original; in dieser Anordnung wurde der Wehrmachtbericht erstmals offiziell unter diesem Namen erwähnt, Murawski, Wehrmachtbericht, S. 36 f.

[54] Kriegstagebuch C VIII der Skl, Bd. 3, 1941, Eintrag vom 8. 7. 1941, BAMA, RM 7/206.

Haltung" annehmen solle. Die Bevölkerung sollte durch Berichte über Rückschläge auf eine lange Kriegsdauer und weitere Entbehrungen vorbereitet werden.[55] Entsprechende Mahnungen blieben über das Jahr 1942 hinweg präsent. Der Befehlshaber der Unterseeboote, Dönitz, riet im Juli 1942 dazu, „die überschwenglichen Hoffnungen, die dem deutschen Volk wegen der großen U-Booterfolge in den letzten Monaten in Reden, Presse und Rundfunk gemacht worden waren, auf das richtige Maß zurückzuführen."[56] Schniewinds Nachfolger in der Skl, Admiral Kurt Fricke, meinte im Dezember 1942, ein Kollaps der heimatlichen Moral drohe „heute im Gegensatz zu 1918 nicht…" Dennoch konstatierte er eine „weitgehende Interessenlosigkeit und Gleichgültigkeit gegenüber dem Kriegsgeschehen", die mithilfe der Medienarbeit überwunden werden sollte und die man hätte vermeiden können, wenn das RMVP gleich auf die Streitkräfte gehört hätte.[57]

Dessen Tonfall begann bereits in der zweiten Hälfte 1942, sich zu ändern. Bis etwa August hatte Goebbels sich bemüht, die gegnerischen Luftangriffe kleinzureden. Dann jedoch begann er, die bombardierte Bevölkerung als Helden zu inszenieren.[58] Nach der Niederlage bei Stalingrad Anfang 1943 schwenkte das RMVP vollends um.[59] ‚Durchhalten' war nun die Botschaft, ganz wie im Ersten Weltkrieg, ergänzt um Vertrauen auf den Nationalsozialismus bis hin zum fanatischen Glauben.[60] Die Wehrmachtspitze ging den gleichen Weg.[61] Im Februar 1943 sah die Marineführung bereits eine „zur Zeit im deutschen Volk aufgetretene Vertrauenskrise", der es zu begegnen galt.[62] In Notizen für eine Rede Jodls im November hieß es, es gehe nun darum,

> die Haltung des Volkes zu festigen. Denn dieser Krieg wird nicht nur mit den Waffen entschieden, sondern durch den Widerstandswillen des Gesamt=Volkes. Deutschland ist 1918 nicht an

[55] Kriegstagebuch C VIII der Skl, Bd. 3, 1941, Eintrag vom 15. 11. 1941, BAMA, RM 7/206 und ebd., Anlage 32; zur langsamen Veränderung des Tonfalls der Berichte selbst siehe SCHRAMM (Hrsg.), OKW 1/1, S. 214 Ef.; sowie MURAWSKI, Wehrmachtbericht, S. 160; ferner KERSHAW, Nemesis, S. 447.

[56] DÖNITZ, Erinnerungen, S. 234.

[57] Kriegstagebuch C VIII der Skl, Bd. 4, 1942, Anlage 58, 21. 12. 1942, BAMA, RM 7/210; vgl. in diesem Zusammenhang Veröffentlichung von ‚idyllischen' Einzelbildern von der Front, ZD, 4. 12. 1942, Nr. 7988. Hiernach durften angenehme Bilder von der Front nur im Verein mit ‚normalen' erscheinen, denn in den Bildern sollte „die Härte des Kampfes" vermittelt werden, SÖSEMANN (Hrsg.), Propaganda 1, S. 648.

[58] BUCHBENDER und SCHUH, Seele, S. 134–139; MURAWSKI, Wehrmachtbericht, S. 84 f.; zu vorherigen Plänen, die Propagandakonzeption im Kriegsverlauf an die Bevölkerungsbedürfnisse anzupassen siehe z. B. Vortrag zum Rundfunk im Krieg auf dem Lehrgang für Presse- und Zensuroffiziere, 30. 8.–3. 9. 1938, BAMA, OKW 785, Folie 497488–497490; vgl. ferner FOX, Film, S. 128.

[59] DOHERTY, Wireless, S. 159; ROLO, Radio, S. 220; SCHMIDT-SCHEEDER, Hölle, S. 383–385; SCHRÖDER, Kriegsbericht, S. 210. Brinitzer sieht den Umschwung bereits Ende 1942, CARL BRINITZER, Hier spricht London. Von einem der dabei war, Hamburg 1969 (BRINITZER, London), S. 175–177.

[60] MESSERSCHMIDT, Wehrmacht, S. 329–332; SCHRÖDER, Kriegsbericht, S. 190 f.; siehe auch WILKE, Presseanweisungen, S. 208–211; Brinitzer sieht den Wechsel zum Fanatismus im Herbst 1944, BRINITZER, London, S. 271 f.

[61] SCHRÖDER, Kriegsbericht, S. 112.

[62] Kriegstagebuch C VIII der Skl, Bd. 5, 1943, Eintrag vom 16. 2. 1943, BAMA, RM 7/214.

der Front, sondern in der Heimat zerbrochen. Italien war nicht militärisch geschlagen, sondern moralisch. Es ist im Innern zusammengebrochen. Die Folge ist nicht der erwartete Friede, sondern durch die Feigheit dieser verbrecherischen Verräter ein Los, das tausendmal härter ist, als es die Fortsetzung des Krieges an unserer Seite für das italienische Volk gebracht hätte.[63]

Unübersehbar war die Dolchstoßlegende nach wie vor präsent – und wirkte ob der aktuellen militärischen Lage umso bedrohlicher.[64] Parallel zu den zunehmenden militärischen Schwierigkeiten wurde die Perspektive der Streitkräftespitzen auf die Medienarbeit für die Heimat defensiver. Im Dezember 1943 sah die Seekriegsleitung Deutschland als Opfer eines „mit der Invasionsdrohung geführten Nervenkrieges" der Alliierten.[65] Jodl notierte beinahe resigniert: „Eigene Propaganda dringt nicht durch, viel zu wenig. Feindliche Propaganda weiter."[66] Als im Sommer 1944 die Westalliierten in Frankreich landeten und die Bevölkerung der besetzten Länder zum Widerstand gegen Deutschland aufriefen, kippte auch die dortige Haltung vollständig.[67] Emotionale Durchhalteappelle dominierten nun die Berichterstattung.[68] Während im Inland Soldatengruppen Mundpropaganda betrieben,[69] äußerten sich die Streitkräfte kaum noch zur Medienarbeit für die Heimat.[70] Im Januar 1945 sahen sich die Medienspezialisten der Kriegsmarine genötigt, die Seestreitkräfte darauf hinzuweisen, dass es weiterhin wichtig sei, mit den Berichterstattern zu kooperieren.[71] Nach Jahren der Medienarbeit durch Wehrmacht und RMVP war die Moral der Heimat zwar nicht kollabiert; der Verbindungsoffizier der WPr zum RMVP behauptete später gar, „[d]ie Wirkung der feindlichen Propaganda war bis zum Kriegsende gleich Null."[72] Doch auf die militärische Krise hatte dies keinen Einfluss. Die Medienarbeit hatte es nicht vermocht, die Moral der Heimat unabhängig vom Kriegsverlauf zu gestalten.[73] Während die militärischen Spitzen sich weniger mit ihr befassten und sich auf ihre Kernaufgaben konzentrierten, gelang es Parteikräften jetzt, die militärische Medienarbeit unter ihren Einfluss zu bringen.[74]

[63] Vortragsunterlagen, 7. 11. 1943, wiedergegeben in Percy E. Schramm (Hrsg.), Kriegstagebuch des OKW 1944–1945 (Bd. 4, Teilband 2), Augsburg 2005, S. 1534–1562, Zitat S. 1536.
[64] Die Bedeutung der Dolchstoßlegende betonte Jodl noch in einem Rückblick 1946, Aufzeichnungen vom 15. 2. 1946, Schramm (Hrsg.), OKW 4/2, S. 1712 f., Fußnote 1.
[65] Kriegstagebuch C VIII der Skl, Bd. 5, 1943, 25. 12. 1943, BAMA, RM 7/214.
[66] Tagebuch Jodl, 29. 12. 1943, BAMA, RW 4/33, Bl. 11.
[67] Kriegstagebuch C VIII der Skl, Bd. 6, 1944, 7. 6. 1944, BAMA, RM 7/220.
[68] Schröder, Kriegsbericht, S. 26 f., 158–160, 191–201, 211.
[69] Wolfram Wette, Ricarda Bremer und Detlef Vogel (Hrsg.), Das letzte halbe Jahr. Stimmungsberichte der Wehrmachtpropaganda 1944/45, Essen 2001, S. 17–24; Unterlagen zu den Ende 1943 in Wien begonnenen Kampagnen in BAMA, RW 4/266; auch Urlauber wurden eingesetzt, Messerschmidt, Wehrmacht, S. 327 f.
[70] Kriegstagebuch C VIII der Skl, Bd. 6, 1944, BAMA, RM 7/220 und nur noch sporadisch vorhandene Anlagen zum Kriegstagebuch C VIII der Skl, 1945, BAMA, RM 7/231 und BAMA, RM 7/219.
[71] BAMA, RM 7/1915, Bl. 27.
[72] Martin, Goebbels, S. 61.
[73] Balfour, Propaganda, S. 141, 143; Goebbels ließ die Bevölkerungsmeinung mithilfe von Sicherheitsdienst-Berichten erheben, Sommerfeldt, OKW, S. 56.
[74] Siehe auch Rundschreiben der Partei an ihre Dienststellen, 31. 5. 1944, Schramm (Hrsg.), OKW 4/2, S. 1565–1568; hiernach war es Sache der Partei, die Moral der Heimat zu erhalten.

Bereits im Januar 1940 hatte die SS eine eigene PK ins Leben gerufen, die im Kriegsverlauf zur Standarte ‚Kurt Eggers' anwuchs. Deren Leiter, Gunther d'Alquen, übernahm kurz vor Kriegsende die Führung der WPr.[75] Darüber hinaus erweiterten Parteianhänger wie der Nationalsozialistische Führungsoffizier beim Generalstab des Heeres ihre Forderungen an die Medienarbeit:[76] Noch immer sei es möglich, der Bevölkerung den notwendigen Siegeswillen zu geben und den Krieg für Deutschland zu entscheiden. So zumindest hieß es in einem Artikel, den besagter Führungsoffizier am 24. März 1945 dem Generalstabschef des Heeres lobend vorlegte:

> Der gute Kern unseres Volkes will in Film und Rundfunk nicht ‚unterhalten', ‚abgelenkt' und ‚zerstreut' werden. Es will Kraft, Sammlung, Vertiefung und Stärkung seines Glaubens gewinnen. [...] Wir haben Deutschland, Europa und der Welt die bessere und deshalb auch stärkere Idee gegeben. Wir können und müssen siegen, vorausgesetzt, dass wir diese nur folgerichtig und kompromisslos verfechten und mit ihr unentwegt zum Angriff antreten.[77]

Diese Vorstellungen entsprachen dem von Hitler geforderten Kampf bis zum Untergang wie auch der Hoffnung auf Wunder- und Vergeltungswaffen. Auch die nicht mehr umgesetzte Idee, einen Film über die Luftwaffe zu produzieren, der noch einmal die Hoffnung auf eine Invasion Großbritanniens wecken sollte, gehört in diese Gruppe letzter, und letztlich hilfloser, Pläne.[78] Anders als noch im Oktober 1918 hofften die Streitkräftespitzen jedoch nicht mehr auf die Medien. Angesichts der sie in Beschlag nehmenden operativen Herausforderungen befassten sie sich nicht mehr mit der Medienarbeit.

Die Moral der Bevölkerung war allerdings nicht das einzige Ziel, das die Streitkräfte mit der Medienarbeit in der Heimat verfolgten. Wie am britischen Beispiel schon sichtbar geworden ist, ging es auch darum, Medienarbeit für Ansehen und Ressourcen zu betreiben.

7.2 Ansehen und Ressourcen – Friedenstypische Medienarbeit im Krieg

Schon im Ersten Weltkrieg hatten die Streitkräfte mit ihrer Medienarbeit auch Ziele verfolgt, die in den Friedensjahren zuvor etabliert worden waren: Ressourcen und ihr Ansehen. Gerade im Fall der deutschen Marine war die Sorge um

[75] Zu den SS-PK-Einheiten siehe Buchbender und Schuh, Seele, S. 21 f.; Buchbender, Erz, S. 247–250; Moll, Wehrmachtpropaganda, S. 130–132; Uziel, Propaganda, S. 113 f.; Wedel, Wehrmachtpropaganda 2, S. 40–44; ferner, ausführlich aber mit Vorsicht zu genießen, Ingo Seidel, Die SS-Standarte Kurt Eggers. Psychologische Kriegsführung 1943–45, Norderstedt 2012, S. 25–32, 41–140.

[76] Zu deren Einführung beachte auch Kershaw, Nemesis, S. 616.

[77] Nationalsozialistischer Führungsoffizier beim Chef des Generalstabs des Heeres, Az. Nr. 518/45 geh., 24. 3. 1945, BAMA, RH 2/84; freilich war die zunehmende Unterhaltungsdichte, beispielsweise im Film, Teil der Strategie, die Streitkräfte und RMVP schon vor dem Krieg entwickelt hatten, siehe Lehrgang für Presse- und Zensurofiziere, 30. 8.–3. 9. 1938, BAMA, OKW 785, beispielsweise Folie 497491; Paul, Skizze, S. 25, 32 f.

[78] Kindler, Oben, S. 426.

Letzteres wichtig, war sie doch ein Grund der Kampagne für den U-Boot-Krieg gewesen. In Großbritannien hatte die Ressourcenfrage eine herausragende Rolle gespielt. Nicht zuletzt war das Ansehen der Royal Navy bei der Entscheidung für den Angriff auf die Dardanellen im Spiel gewesen. Gerade im Fall der Seestreitkräfte aber war auch die Grenze dieser Aktivitäten im Vergleich zu den Vorkriegsjahren sichtbar geworden. Die deutsche Marine hatte sich schon zu Kriegsbeginn dagegen entschieden, im Krieg weiter für die Flottengesetze zu werben und auch in Großbritannien wurde schließlich die Rekrutierung durch zivile Akteure übernommen.[79] Im Zweiten Weltkrieg jedoch wurden die Ziele der friedenszeitlichen Medienarbeit durch die Streitkräfte offen und unvermindert weiter verfolgt.

Die Luftwaffe als Maßstab für Kriegsmarine und Heer

Unter den deutschen Teilstreitkräften war es besonders die Luftwaffe, die darauf achtete, sich selbst und die eigenen Leistungen über die Medienarbeit bekannt zu machen. Sie bestand erfolgreich darauf, in jedem einzelnen Wehrmachtbericht an herausragender Stelle erwähnt zu werden.[80] Schon diese Forderung zeigt einmal mehr, dass die Medien, die in den Augen des deutschen Militärs vor allem ‚funktionieren' mussten, bis ins Detail gesteuert werden sollten. Als WPr 1944 versuchte, die prominente Position, die der Luftwaffe in Wochenschauen eingeräumt wurde, zu beschränken, um das Gleichgewicht der Teilstreitkräfte in der medialen Repräsentation zu wahren, scheiterte Wedel am Widerstand des RMVP.[81] Gleichwohl ist Wedels Ansinnen kennzeichnend für Sonderstellung der Luftwaffe. So war er der Ansicht, dass deren Medienaffinität auf den selbstdarstellerischen Hermann Göring und die vergleichsweise jungen Führungsoffiziere zurückging.[82] Wie markant diese war, wird besonders durch die Brille des Heeres und der Marine deutlich.

Der Oberbefehlshaber des Heeres (OBdH), Brauchitsch, störte sich bereits nach den Kämpfen in Polen an den herausstechenden Berichten über die Luftwaffe, denen gegenüber die Rolle der Landstreitkräfte seiner Ansicht nach zu wenig sichtbar geworden sei. Er ließ deshalb die Medienarbeit für seine Teilstreitkraft ausweiten.[83] Kurzfristig forderte er sogar eine von WPr unabhängige Medienarbeit des Heeres; Wedel konnte ihn jedoch davon abbringen.[84] Vor allem für die Nachwuchswerbung galt die eigene Präsenz in den Medien als unverzichtbar.[85] Daher bereitete sich das Heer bereits während der Kämpfe in Frankreich auf die

[79] Siehe oben, Kapitel 4 und 5.
[80] Murawski, Wehrmachtbericht, S. 80f.
[81] Herzstein, Campaign, S. 231.
[82] Wedel, Wehrmachtpropaganda 1, S. 27f.; siehe auch Schramm (Hrsg.), OKW 1/1, S. 180 E.
[83] Denkschrift Oberstleutnant Hesse, 20. 3. 1941, BAMA, RH 1/81.
[84] Wedel, Wehrmachtpropaganda 1, S. 28; siehe auch Uziel, Propaganda, S. 160–166.
[85] OKW l r WFA/WPr (IIc) 2292/39, 17. 9. 1939, BAMA, RW 4/240, Bl. 155–159; siehe Brief im Auftrag des OBdH, 13. 9. 1939, BAMA, RH 1/58 sowie BAMA, RW 6/167, Bl. 137–144 (mit Anlagen). Im Kriegsverlauf wurde auch die SS zu einer zunehmenden Konkurrenz, siehe Görlitz (Hrsg.), Keitel, S. 289, 294f.; sowie einschränkend Tagebucheintrag Halder, 10. 3. 1941,

Zeit nach einer Besetzung vor. Im Gegensatz zu Luftwaffe und Kriegsmarine, denen wegen ihres Einsatzes gegen Großbritannien auch größere Anteile der Rüstungsausgaben zugesprochen würden, würde das Heer dann weniger aktiv sein.[86] Der Film *Der Sieg im Westen* sollte vor diesem Hintergrund zeigen, dass das Heer auch in der Auseinandersetzung mit Großbritannien eine Rolle spielte.[87] Die Heimat sollte gerade, während das Heer nicht kämpfte, „mit allen Mitteln der Propaganda über das Heer und seine Leistungen in diesem Kriege" informiert werden.[88] Besonders galt das für die Infanterie, die hohen Nachwuchsbedarf mit geringer Attraktivität im Vergleich zu technisierten Zweigen der Streitkräfte vereinte.[89] Gerade Hesse, der innerhalb der WPr für die Anliegen des Heeres zuständig war, setzte sich für die mediale Präsentation seiner Teilstreitkraft ein. Dabei geriet er zunehmend mit der übrigen WPr und auch dem RMVP in Konflikt. Als er darüber im März 1941 seinen Posten verlor, stärkte dies im Gegenzug die zentrale Position der WPr.[90] Im weiteren Kriegsverlauf bewegten sich die Heeresvertreter in dem ihnen zugedachten Rahmen, wenn sie sich dafür einsetzten, dass „das Heer in der Presse den ihm gebührenden Platz" erhalte.[91]

Das Oberkommando der Marine war noch im Oktober 1939 überzeugt, aufgrund der Art, wie die Marine Krieg führte, nicht täglich zum Wehrmachtbericht beitragen zu können.[92] Schon im November aber klagte die Skl darüber, dass die Luftwaffe nach gemeinsamen Operationen schnell mit einseitigen Berichten zu ihren Gunsten an die Öffentlichkeit trat.[93] Anfang 1940 beschloss die Marineführung daher, ihre eigene Berichterstattung aufzubessern, auch wenn der Seekrieg schwierig zu präsentieren sei.[94] Im Juli ordnete Raeder an, aus dieser Not eine Tugend zu machen und die Besonderheiten des Seekrieges ebenso wie die Unterlegenheit gegenüber der Royal Navy zu thematisieren.[95] Ab November ließ er sämtliche Kriegstagebücher für die Berichterstattung heranziehen, um der „Öffentlichkeit durch laufende zusätzliche Meldungen, die für eine Bekanntgabe im Wehrmachtbericht nicht […] in Frage kommen, den Alltagskrieg der Marine ver-

wiedergegeben in Franz Halder, Von der geplanten Landung in England bis zum Beginn des Ostfeldzuges (Kriegstagebuch, Bd. 2), hrsg. v. Hans-Adolf Jacobsen, Stuttgart 1963, S. 307.

[86] Dies befahl Hitler am 9. 7. 1940, Hillgruber und Hümmelchen, Chronik, S. 1171.

[87] Siehe Schriftwechsel zwischen Brauchitsch und Goebbels, 9. 5. 1940–20. 5. 1940, BAMA, RH 1/54.

[88] Oberkommando des Heeres, O Qu IV, Nr. 823/40, 27. 9. 1940, BAMA, RH 1/81.

[89] Tagebucheintrag Halder, 1. 7. 1940, wiedergegeben in Halder, Kriegstagebuch 2, S. 3f.

[90] Wedel, Wehrmachtpropaganda 1, S. 32f.; Uziel, Propaganda, S. 190–197.

[91] Tagebucheintrag Halder, 1. 8. 1941, wiedergegeben in Franz Halder, Der Russlandfeldzug bis zum Marsch auf Stalingrad (Kriegstagebuch, Bd. 3), hrsg. v. Hans-Adolf Jacobsen, Stuttgart 1964, S. 139.

[92] OKM B. Nr. 6531 MIp, 28. 10. 1939, BAMA, RW 4/260, Bl. 106.

[93] Kriegstagebuch C VIII der Skl, Bd. 1, 1939, 8. 11. 1939, BAMA, RM 7/198.

[94] Vgl. Kriegstagebuch C VIII der Skl, Bd. 2, 1940, Anlage 46, 26. 4. 1940, BAMA, RM 7/202.

[95] Ob.d.M. B. Nr. 12190 M Ip, 25. 7. 1940, wiedergegeben in Oberkommando der Kriegsmarine B. Nr. 14421 II. Ang. M Ip, 15. 11. 1940, BAMA, RM 8/1992, Bl. 172; auch Abschrift in BAMA, RM 8/1770, Bl. 100; Dienstanweisung der Presseoffiziere als Anhang zu OKM B. Nr. 14421 M Ip, BAMA, RM 8/1992, Bl. 173.

mehrt vor Augen zu führen.“[96] Fricke erläuterte, man solle dabei „nicht die Propaganda der Luftwaffe nachahmen wollen, sondern auf die Eigenart der Seekriegführung eingehen und sich ihr anpassen.“ Den Medienspezialisten sollte es gelingen, „ein[en] propagandistische[n] Gegenpol zum Übergewicht der Luftwaffe zu schaffen, ohne sich in einen sachlich ungerechtfertigten Konkurrenzkampf einzulassen oder von der gewissen Ruhmsüchtigkeit, von der die junge Luftwaffe nicht frei ist, anstecken zu lassen.“[97] Der Umfang der Medienarbeit der Luftwaffe war also zum Maßstab für die wünschenswerte Medienarbeit der Seestreitkräfte geworden. Berichte von „Frontkämpfern“ und Bildberichte sollten helfen, die Marine auch über die Wintermonate in den Medien präsent zu halten.[98] Auch im folgenden Sommer betonte die Skl, dass diese Präsenz „*geradezu ein Lebensinteresse für die Marine*“ sei.[99] Im weiteren Kriegsverlauf geriet die Position der Marine jedoch immer weiter unter Druck. Nach dem Verlust der *Bismarck* 1941 hatte Hitler ihre Überwasseroperationen bereits begrenzt, und nach dem Kriegseintritt der USA verschärfte sich die Situation für die U-Boot-Kriegführung ebenso wie für die übrigen Teilstreitkräfte.[100] Dennoch setzte die Marine auch unter Raeders Nachfolger Dönitz zur Zufriedenheit Goebbels’ weiterhin auf Medienarbeit, um „Verständnis für die Bedeutung der Seekriegführung“ in der Bevölkerung zu schaffen.[101] Mit den schwindenden Spielräumen der Seestreitkräfte – Ende 1943 existierte nur noch ein großes Überwasserschiff, das auf Hitlers Anordnung hin nicht mehr eingesetzt wurde – schwanden allerdings auch die Optionen in der Medienarbeit. Im April 1944 stellte WPr besorgt fest, dass die Marine zusehends aus der öffentlichen Aufmerksamkeit verschwinde.[102]

WPr war trotz dieser Schwierigkeiten bemüht, die Repräsentationsinteressen der Teilstreitkräfte und die damit verbundenen Sorgen um (vor allem personelle) Ressourcen auszugleichen. Damit wurden im Zweiten Weltkrieg Ziele der Medienarbeit routiniert weiter verfolgt, die in Friedenszeiten etabliert worden waren. Wenn man so will, verschwomm bezüglich dieser Medienstrategien die Grenze zwischen Krieg und Frieden. Eine wichtige Triebkraft hinter diesem Umstand war unzweifelhaft die Konkurrenz der Teilstreitkräfte untereinander. Diese trieb den Ausbau der Medienarbeit der Teilstreitkräfte voran, was allerdings auch Konflikte

[96] Oberkommando der Kriegsmarine B. Nr. 14421 II. Ang. M Ip, 15. 11. 1940, BAMA, RM 8/1992, Bl. 172.

[97] Kriegstagebuch C VIII der Skl, Bd. 2, 1940, Anlage 46, 7. 11. 1940, BAMA, RM 7/202.

[98] Ebd.; Notiz OKM, 26. 11. 1940, BAMA, MFB 4/15158, Folie 497646 f.; OKM B. Nr. 15140 M Ip, 19. 12. 1940, BAMA, RM 8/1768, Bl. 136 f.

[99] Kriegstagebuch C VIII der Skl, Bd. 3, 1941, 30. 8. 1941, BAMA, RM 7/206, Hervorhebung im Original.

[100] Kriegstagebuch C VIII der Skl, Bd. 4, 1942, 3. 1. 1942, BAMA, RM 7/210; für einen weiteren direkten Vergleich mit der Luftwaffe siehe ebd., 7. 5. 1942; mit dem Heer ebd., 1. 6. 1942; des Weiteren GÖRLITZ, Generalstab, S. 321; RAEDER, Leben, S. 271 f.

[101] Kriegstagebuch C VIII der Skl, Bd. 5, 1943, 16. 2. 1943, BAMA, RM 7/214; Tagebucheintrag Goebbels’, 13. 12. 1942, FRÖHLICH (Hrsg.), Goebbels 2, S. 438; siehe auch HERZSTEIN, Campaign, S. 236 f. – dass Raeder laut Goebbels der Sinn für Medienarbeit gefehlt habe, scheint Ausdruck von Antipathie, kein fachliches Urteil.

[102] OKW 2165/44 WFSt/WPr (IA/M), 13. 4. 1944, BAMA, RW 4/833.

mit WPr beförderte und – neben den ebenfalls auftretenden Konflikten mit dem RMVP – dafür sorgte, dass WPr nicht die unangefochtene Machtposition in der Medienarbeit erreichen konnte, die sich ihr Leiter erhofft hatte.[103] In Großbritannien dagegen wurde das Gleichgewicht der Teilstreitkräfte in der Medienarbeit von höchster Stelle überwacht, im Kriegsverlauf aber auch neuen Herausforderungen ausgesetzt.

Neue Konkurrenten für die britischen Teilstreitkräfte

Auch in Großbritannien standen die einzelnen Teilstreitkräfte immer wieder in Konkurrenz miteinander, wenn es darum ging, sich selbst in den Medien zu präsentieren. So klagte beispielsweise Brooke im November 1940 über das schlechte Bild des Heeres in den Medien.[104] Wie in Deutschland waren es die vergleichsweise neuen und hoch technisierten Luftstreitkräfte, die sich besonders für die eigene Medienpräsenz engagierten.[105] Ihre Medienspezialisten betonten Ende 1939: „We cannot afford in a Democracy to forego the advantages of an actively friendly Press." Ihrer Ansicht nach musste die Teilstreitkraft ihre Leistungen in den Medien präsentieren, um so ihren Nutzen für „the British public who pay for it" zu beweisen.[106] Befördert wurde der Wunsch der RAF nach Selbstdarstellung durch die Angst, die Royal Navy könne mit dem Hebel des Fleet Air Arm, wie schon in den 1920er Jahren, versuchen, die Unabhängigkeit der Teilstreitkraft in Frage zu stellen.[107] Trenchard selbst rief deshalb im März 1944 dazu auf, die eigene Medienarbeit zu erhöhen.[108] Anders als in Deutschland, wo die ausbalancierende Funktion vor allem durch WPr wahrgenommen wurde, befassten sich in Großbritannien die Stabschefs der Teilstreitkräfte mit Problemen der Ausgewogenheit.[109]

Es war ein besonderer Fall, der die COS im Kriegsverlauf am stärksten beschäftigte. Denn obwohl es um die mediale Aufmerksamkeit für die einzelnen Teilstreitkräfte ging, war es keine von ihnen, die ungebührlich viel davon auf sich vereinigte. Es waren stattdessen die für Angriffe auf den Kontinent ab 1940 aufge-

[103] Uziel, Propaganda, S. 168 f.; Wedel, Wehrmachtpropaganda 1, S. 49, 52, 91 f.
[104] Tagebucheintrag Brooke, 26. 11. 1940, wiedergegeben in Brooke, Diaries, S. 125.
[105] Aufzeichnungen eines Treffens beim Secretary of State, 17. 11. 1939, TNA, Air 20/4300, Dokument 1; siehe auch Connelly, British, S. 41; Mackenzie, Films, S. 61 f.; McLaine, Morale, S. 164; Orange, Slessor, S. 130–134; Arthur William Tedder, With Prejudice. The War Memoirs of Marshal of the Royal Air Force, Lord Tedder (Arthur William Tedder, Baron Tedder), London 1966, S. 207, 291 f. Fuller meinte, kommandierende Offiziere behandelten Fragen der Darstellung in einem Drittel ihrer Korrespondenzen, Fussell, Wartime, S. 156 f.
[106] Notizen zur Konferenz vom 30. 12. 1939, TNA, Air 20/4300, Dokument 2; siehe auch Notizen zum Treffen vom 1. 1. 1940, ebd., Dokument 3.
[107] Die Marineflieger waren 1937 der Kontrolle der Admiralty unterstellt worden, Orange, Slessor, S. 61, siehe auch ebd., S. 81 f., 92 f., 178 f.; insbesondere Mountbatten hatte sich immer für diesen stark gemacht, Ziegler, Mountbatten, S. 98.
[108] Schreiben vom 20. 3. 1944, TNA, Air 20/4300.
[109] Solch eine Kooperation der Teilstreitkräftespitzen fehlte in Deutschland, Schramm (Hrsg.), OKW 1/1, S. 198 E.

bauten Spezialeinheiten der Commandos, die im Zuge ihrer Einsätze in den Medien immer prominenter wurden. Im Frühjahr 1942 stellten Brooke, Pound und Portal fest, dass die Medien dazu übergegangen waren, sämtlich Truppen, die sich an Landungsoperationen beteiligten, als ‚Commandos' zu bezeichnen. Sie urteilten, die „undue prominence given to the Commandos was not fair on the other troops and might have undesirable repercussions."[110] Daher sollte der Director of Public Relations des War Office der Presse helfen, eine „more evenly balanced publicity in these matters" herzustellen.[111] Nach dem Angriff auf Dieppe zeigte sich aber, dass der Begriff die Berichterstattung weiterhin dominierte. Die COS befürchteten nun, dass die kanadischen Einheiten, die wesentlichen Anteil an der Operation gehabt hatten, erbost sein könnten. Dass Medien immer wieder alle Landungstruppen als Commandos bezeichneten, sei „not only misleading but was bad for esprit de corps."[112] Mountbatten, für die *Combined Operations* zuständig, wurde daraufhin von den Stabschefs verpflichtet, sich persönlich dafür einzusetzen, dass die an den Einsätzen beteiligten Einheiten korrekt benannt würden.[113] Dafür erhielt er auch Zugriff auf die Medienspezialisten des War Office.[114] Der hier betriebene Aufwand verdeutlicht, dass die Medien in Großbritannien nicht als Befehlsempfänger wahrgenommen wurden. Die deutschen Streitkräfte hätten in vergleichbarer Lage schlicht WPr beziehungsweise das RMVP mit der gewünschten Veränderung beauftragt und erwartet, dass die Medien parieren.[115]

Eine weiterer Unterschied zu Deutschland war, dass nicht nur die Medienpräsenz der eigenen Teilstreitkräfte im Namen des Ansehens und der Ressourcen in Balance gebracht werden sollte. Vielmehr mussten die britischen Streitkräfte sich auch mit den Verbündeten US-Streitkräften als Alliierte die Aufmerksamkeit der Medien teilen, was zu zahlreichen Konflikten führte. Einige davon beruhten zu nicht geringen Teilen auf persönlichen Eitelkeiten, was insbesondere für Montgomery gilt, der mehrfach mit US-Befehlshabern wie General Omar Bradley oder Feldmarschall Dwight D. Eisenhower aneinandergeriet.[116] Vor allem aber zeigte sich die RAF betroffen. Angesichts der Medienarbeit der United States Army Air Force klagte ihr Director of Public Relations Robertson im Juni 1944:

[110] COS(42)143, 7.5.1942, TNA, Cab 79/20/43.
[111] COS(42)143, 7.5.1942, TNA, Cab 79/20/43.
[112] COS(42)242, 20.8.1942, TNA, Cab 79/22/42.
[113] Ebd.
[114] COS(42)243, 21.8.1942, TNA, Cab 79/22/43. HAMILTON, Monty, S. 462f., wirft Mountbatten wegen seiner entsprechend intensiven Auseinandersetzung mit den Medien Ruhmsucht vor.
[115] Vgl. auch, zum Unterschied zwischen ministerieller Steuerung und medialer Initiative am Beispiel der Konstruktion militärischer Helden im Zweiten Weltkrieg, KUBETZKY, Command, S. 433–435; ferner FOX, Film, S. 311f.; KUBETZKY, Inszenierung, S. 357–359.
[116] Zu Montgomerys Konflikten siehe AMBROSE, Eisenhower, S. 497f.; NIGEL HAMILTON, The Field-Marshal, 1944–1976, London 1986, S. 242, 295–305, 314, 323, 328, 354–356, 414–417; TEDDER, Memoirs, S. 636f.; Tagebucheintrag Brooke, 8.1.1945, wiedergegeben in BROOKE, Diaries, S. 643f.; sowie entschuldigend HAMILTON, Master, S. 721–725, 744, 751f. Zu Eisenhowers Ausgleichsversuchen siehe EISENHOWER, Kreuzzug, S. 351f.; ferner, kritisch gegenüber dieser Haltung, Tagebucheinträge Brooke, 28.8.1944 und 8.11.1944, wiedergegeben in BROOKE, Diaries, S. 585f. und 619.

For long the R.A.F. has sold itself. Now we have a rival for publicity skilled in the arts of high pressure advertising and well provided with salesmen. (The U.S.A.A.F. [United States Army Air Forces, CG] employ at least five P.R.O.'s [Public Relations Officer, CG] for each one of ours.) [...] Luck is also on the U.S. side in that their sorties are made by day. This gives them ample opportunities for film and photographic cover and for overwhelming publicity in the next morning's newspapers. They often catch also the evening editions. [...] Now we are having to fight for publicity[.][117]

Hinzu kam seiner Ansicht nach, dass die Informationssicherheit bei der RAF deutlich umfangreicher ausfiel als bei den US-Streitkräften. Robertson setzte sich dafür ein, die entsprechenden Regeln mit den USA abzustimmen und mehr Kameras in Flugzeugen einzusetzen, wie es die USA vormachten.[118] Durch den Bericht aufgeschreckt kontaktierte das Air Ministry das MoI und den Premierminister, ebenso wie einzelne Journalisten, beispielsweise Hauptmann Balfour von der *Times*.[119] Auch Portal stellte sich hinter das Anliegen des DPR und forderte „that R.A.F. policy was adequately put forward in the Press."[120] In den folgenden Wochen wurden interne Schranken der Medienarbeit abgebaut und für eine bessere Ausstattung gesorgt.[121]

Fast scheint es, als hätten die Streitkräftespitzen dem Ansehen in den US-Medien nicht weniger Wert beigemessen als der Darstellung in den eigenen Medien. Diese Alliierten-Medienarbeit entstand aus der Medienarbeit für Neutrale.

7.3 Alte Strategien, neu interpretiert – Medienarbeit für Neutrale und Verbündete

Wie schon im Ersten Weltkrieg waren neutrale Staaten auch im Zweiten Weltkrieg ein Ziel militärischer Medienstrategien zur Einflussnahme. Wiederum waren auch zivile Stellen auf diesem Gebiet aktiv. Mehr noch als im Ersten Weltkrieg gaben sie in beiden Ländern ihre Ausrichtung vor. Dennoch betrieben auch die Streitkräfte mit ihren Medienspezialisten Medienarbeit für Neutrale. Zu Kriegsbeginn engagierte sich gerade die Wehrmacht auf diesem Feld, insbesondere die Kriegsmarine. Ihr Ziel war es, Großbritannien zu isolieren und den Kriegseintritt der USA zumindest zu verzögern. Die britischen Streitkräfte waren zunächst weniger aktiv. Sie reagierten aber auf die deutsche Medienarbeit in den USA und intensivierten ihre eigenen Anstrengungen. Der Kriegseintritt der wichtigsten neutralen Nation markierte dann einen Umbruchpunkt in der Medienarbeit. Am Beispiel der USA lässt sich zeigen, wie diese vom umworbenen Neutralen zum Gegner im Medienkrieg der Wehrmacht wurden. Im Fall der britischen Streitkräfte dagegen entstand aus der Medienarbeit für Neutrale eine Medienarbeit für Verbündete, die schon im vorherigen Unterkapitel erkennbar geworden ist. Dem-

[117] Schreiben vom 2. 6. 1944, TNA, Air 20/4300.
[118] Memorandum, 3. 6. 1944, ebd.
[119] Schriftwechsel aus dem Juni 1944, ebd.
[120] Konferenz im Air Ministry, 11. 7. 1944, ebd.
[121] Vgl. Memoranden und Schriftwechsel zwischen Juli und Oktober 1944, ebd.

entsprechend ist das vorliegende Unterkapitel in zwei zeitliche Abschnitte unterteilt, den einen vor, den anderen nach dem Kriegseintritt der USA.

Prinzip Hoffnung – Medienarbeit bis zum Kriegseintritt der USA

Die britische Blockade gegenüber Deutschland sei eine „Vergewaltigung der Neutralen", verkündete die deutsche Seekriegsleitung am 11. September 1939.[122] Dies war ein Bestandteil des Medienkrieges, der sich an Neutrale richtete. Insbesondere die Kriegsmarine war auf diesem Feld des grundsätzlich vom RMVP geführten Medienkrieges aktiv. Immerhin hatte sie von Kriegsbeginn an zahlreiche Berührungspunkte mit den Neutralen, namentlich im Handelskrieg, in dem Deutschland gegenüber Großbritannien in einer unterlegenen Position stand.[123] Bereits zwei Tage nach Kriegsbeginn sah sie sich unter Rechtfertigungsdruck, nachdem das Passagierschiff *Athenia* versenkt worden war. Der Untergang des Schiffes, das wie 1915 die *Lusitania* US-Passagiere an Bord gehabt hatte, führte zu einem medialen Gefecht, wie ihm noch zahlreiche folgen sollten. Nach der britischen Schuldzuweisung an Deutschland ließ die Seekriegsleitung verkünden, eben diese sei nichts weiter als die aus dem Ersten Weltkrieg bekannte britische Gräuelpropaganda.[124] Entsprechende Vorwürfe wurden im Kriegsverlauf immer wieder erhoben.[125] Freilich hatten 1914–1918 alle kriegführenden Nationen falsche Nachrichten ausgegeben. Dennoch war in der Zwischenkriegszeit gerade Großbritannien als erfolgreicher Propagandist kritisiert worden, nicht zuletzt im eigenen Land, wo Medienarbeit nach dem Ersten Weltkrieg den Ruf der Lüge und Manipulation erhalten hatte.[126] Die Versuche der Kriegsmarine, Verantwortung in konkreten Fällen abzulehnen und damit die britische Glaubwürdigkeit zu attackieren, gefielen Goebbels, der das Vorgehen im November zu einem Erfolg erklärte.[127] WPr war ihm bereits Ende September zuvorgekommen. In ihren „Lageberichten" urteilte sie, dass sich die Haltung des neutralen Auslands auch auf-

[122] Skl B. Nr. 2564 1./Skl. Ica, 11. 9. 1939, BAMA, RM 7/198, Anlage 16.

[123] Siehe Schramm (Hrsg.), OKW 1/1, S. 59 E.

[124] Kriegstagebuch C VIII der Skl, Bd. 1, 1939/08–12, 4. 9. 1939, BAMA, RM 7/198.

[125] So wurden britische Flugblätter von 1918 und 1939 verglichen, WPR IIa, Entwurf vom 13. 9. 1939, BAMA, RW 4/239, Bl. 104 f.; Hitler sprach zum Beispiel angesichts der britischen Meldung, Köln mit 1000 Bombern angegriffen zu haben, von „Lügenpropaganda", Kriegstagebuch der Kriegsgeschichtlichen Abteilung des OKW, 3. 6. 1942, Percy E. Schramm (Hrsg.), Kriegstagebuch des OKW 1942 (Bd. 2, Teilband 1), Augsburg 2005, S. 404.

[126] Stanley B. Cunningham, The Idea of Propaganda. A Reconstruction, London 2002, S. 143; Doherty, Wireless, S. 46; Fussell, Memory, S. 316; McLaine, Morale, S. 168; Cora Stephan, Der Große Krieg und das kurze Jahrhundert, in: Rainer Rother (Hrsg.), Die letzten Tage der Menschheit. Bilder des Ersten Weltkrieges, Berlin 1994, S. 25–35, hier S. 30; Taylor, Arm, S. 253 f.; Taylor, Munitions, S. 196 f.; siehe auch oben, Kapitel 6. 1. 1; als Beispiel für die Kritik an der britischen Propaganda im Ersten Weltkrieg Arthur Ponsonby, Falsehood in War-Time. An Amazing Collection of Carefully Documented Lies Circulated in Great Britain, France, Germany, Italy and America During the Great War, London ³1928.

[127] 1/Skl B. Nr. 22592 g I c, BAMA, RM 8/1770, Bl. 37, siehe auch Entwurf für Kr 1627, 9. 12. 1939, ebd., Bl. 36; zur Haltung Goebbels': Sommerfeldt, OKW, S. 44–46; Raeder erklärte spä-

grund der eigenen Medienarbeit zu Deutschlands Gunsten entwickle – was die Bedeutung der WPr für die Kriegführung betonte und Argumente für ihren Ausbau lieferte.[128]

Die Marine blieb dem Kurs treu. Systematisch prangerte sie im folgenden Jahr das britische Navycert-System an, das als Grundlage der Blockade diente.[129] Allein die Existenz eines solchen Verwaltungsverfahrens sah sie als Beweis dafür, dass Großbritannien nicht in der Lage sei, eine wirksame Blockade auf See durchzusetzen. Mit dieser Argumentation sollten neutrale Händler dazu gebracht werden, weiterhin mit Deutschland Handel zu treiben und Großbritanniens „Fiktive Fernblockade" zu ignorieren. Das Argument wurde bis hin zu einer ‚Ohnmacht Großbritanniens' getrieben, um Neutrale vom Handel mit ihm abzuhalten, was auch das operative Ziel der Kriegsmarine war.[130] Neben der Unterstützung des Handelskriegs sollte die Medienarbeit auch den deutschen U-Boot-Krieg rechtfertigen, ganz wie im Ersten Weltkrieg – wenn auch diesmal von vornherein im Einklang mit der Regierung.[131]

Eine weitere Ähnlichkeit zum Ersten Weltkrieg war, dass die deutsche Kriegführung als Einsatz für die Rechte der Neutralen umgedeutet werden sollte. Zu Kriegsbeginn war die Wehrmacht hinsichtlich der deutschen Pläne für eine künftige Ordnung Europas noch vorsichtig gewesen. Grundsätzlich sollte über die entsprechenden Pläne mit Rücksicht auf die Neutralen nur zurückhaltend berichtet werden.[132] Bei der Marine hoffte Fricke gar, dass die Medienarbeit „den Neutralen einen Anreiz gibt, sich Deutschland anzuschließen." Sie sollte „die

ter, die Marine habe in diesem Medienkrieg höchstens eine Handlangerrolle für Goebbels gespielt, Raeder, Leben, S. 190f.

128 Siehe besonders WPr-Lageberichte vom 10.10.1939, 10.11.1939 und 30.11.1939, BAMA, RW 4/339; für den Ausbau siehe beispielsweise die Argumentation für länderspezifische Wochenschauen in Chef OKW iA, 3538/39 g W Pr. IIIc, 12.12.1939, BAMA, RW 4/242 a, Bl. 276.

129 Zum System und zu Konflikten, die darüber tatsächlich zwischen Großbritannien und den Neutralen entbrannten, siehe Robert W. Matson, Neutrality and Navycerts. Britain, the United States, and Economic Warfare, 1939–1940, New York 1994, *passim.*

130 Kriegstagebuch C VIII der Skl, Bd. 2, 1940, Einträge vom 8., 9. und 20.8.1940, BAMA, RM 7/202; vgl. für weitere Angriffe auf das Navycert-System WPr-Lagebericht 6800/40 geh., 22.9.1940, BAMA, RW 4/339; für weitere Angriffe auf die britische Blockade siehe Kriegstagebuch C VIII der Skl, Bd. 2, 1940, 1.11.1940, BAMA, RM 7/202; vergleichbare Versuche, Seeleute von Fahrten für Großbritannien abzuschrecken, gab es auch 1943, Kriegstagebuch C VIII der Skl, Bd. 5, 1943, 7.6.1943, BAMA, RM 7/214.

131 Kriegstagebuch C VIII der Skl, Bd. 1, 1939/08–12, Einträge vom 7. und 11.9.1939, BAMA, RM 7/198; zum U-Boot-Krieg z.B. Einträge vom 16.9., 26.9., 9.10., 12.11. oder 9.12.1939 ebd.; vgl. auch BAMA, RW 4/239, Bl. 141, zur Koordination mit dem OKW; zu politischen Implikationen der U-Boot-Krieg-Berichterstattung angesichts der Erfahrungen aus dem Ersten Weltkrieg, Kr 75, 19.1.1940, BAMA, RM 8/1770, Bl. 62f. Auch die Zensur sollte den U-Boot-Krieg unterstützen. So sollten eigene Erfolge in der U-Boot-Abwehr unerwähnt bleiben, um die U-Boote gefährlicher wirken zu lassen, Kriegstagebuch C VIII der Skl, Bd. 1, 1939/08–12, 15.9.1939, BAMA, RM 7/198. Zur Entfremdung von den Neutralen z.B. Kriegstagebuch C VIII der Skl, Bd. 2, 1940, 26.3.1940, BAMA, RM 7/202.

132 Berichte über Europafragen und das Militär, Presseanweisung vom 4.9.1939, BArch, R 55/20898, Bl. 1–5, wiedergegeben bei Sösemann (Hrsg.), Propaganda 1, S. 567.

deutsche Politik als Grundlage einer wirklichen ‚Freiheit der Völker'" herausstreichen.[133] Diese Perspektive auf den Krieg wurde mit Nachdruck im Ausland verbreitet. Die PK des Heeres waren bereits im November 1939 angewiesen worden, dass ihre Produkte auch „als Grundlage für die Auslandspropaganda dienen können" sollten.[134] In der WPr entwickelten Mitarbeiter Blaus im Winter 1939/1940 die Idee einer illustrierten Zeitschrift für das Ausland. Im April 1940 brachte WPr gemeinsam mit dem Auswärtigen Amt die erste Ausgabe der *Signal* auf den Markt. Sie stellt ein weiteres Beispiel für den Anspruch des deutschen Militärs dar, die Berichterstattung bis ins Detail zu kontrollieren und sich die Medien unterzuordnen. Eine eigene Zeitschrift war hierfür bestens geeignet. Getarnt als privates Erzeugnis und Ableger der *Berliner Illustrierten Zeitung* erreichte die Zeitschrift, in zwanzig Sprachen übersetzt, weltweit eine Millionenauflage.[135] Für Fotografen der PK galt es bald als hohe Auszeichnung, wenn ihre Bilder auf die Titelseite der Zeitschrift kamen.[136] Später gelang es Jodl, die Zeitschrift durch Hitler als kriegswichtig einstufen zu lassen, was ihr Erscheinen sicherte, als Ressourcen und Personal in der zweiten Kriegshälfte immer knapper wurden.[137] Die Medienarbeit für Neutrale blieb freilich nicht auf Printmedien beschränkt. Auch Filme galten als potentes Mittel, die Neutralen von den Fähigkeiten der deutschen Wehrmacht zu überzeugen – zumindest solange diese Erfolge hatte. Nach dem Sieg über Polen und über Frankreich wurden von Streitkräften und RMVP Filme produziert, die die deutsche Überlegenheit betonen und gerade neutrale Staaten beeindrucken sollten.[138] Nach dem Sieg über Frankreich wurde auch die deutsche Nachkriegsvision für Europa offen kommuniziert.[139] Während die Wehrmacht als Besatzer und Angreifer durch Europa und bald auch Nordafrika zog, sollte die Medienarbeit sie als Befreier präsentieren. Hitler formulierte im Mai 1941 die Leitlinie: „Der Sieg der Achse bringt den Ländern des Mittleren Orients Befreiung vom englischen Joch und damit Selbstbestimmungsrecht. Wer die Freiheit liebt, tritt daher in die Front gegen England ein."[140] Auch der Angriff auf die Sowjetunion wurde in der Medienarbeit als ein Verteidigungsakt im Namen der Neutralen interpretiert: Deutschland schütze sie vor dem Bolschewismus.[141]

[133] Kriegstagebuch C VIII der Skl, Bd. 2, 1940, Anlage 33, 22. 5. 1940, BAMA, RM 7/202.
[134] OKW 1 t WFA/WPr (Ib) 3487/39 geh., 21. 11. 1939, BAMA, RH 1/81.
[135] Rutz, Signal, S. 34–64; ferner Balfour, Propaganda, S. 105.
[136] Boll, Bild, S. 988 f.; beispielhafte Bilder finden sich in Meyer (Hrsg.), Blick, *passim.*
[137] Rutz, Signal, S. 136–138.
[138] Herzstein, Campaign, S. 277–285; siehe auch Tagebucheintrag Goebbels', 1. 3. 1941 und 4. 3. 1941, wiedergegeben in Fröhlich (Hrsg.), Goebbels 1, S. 521 und 524.
[139] Doherty, Wireless, S. 66 f.
[140] Weisung Nr. 30 Mittlerer Orient vom 23. 5. 1941, wiedergegeben in Walther Hubatsch (Hrsg.), Hitlers Weisungen für die Kriegführung 1939–1945. Dokumente des Oberkommandos der Wehrmacht, Erlangen 1999, S. 120–122; siehe auch Doherty, Wireless, S. 49 f.; Schröder, Kriegsbericht, S. 50 f.
[141] OKH Gen.z.b.V. / H Wes Abt (II) 293/2.42 geh., 22. 2. 1942, BAMA, RW 4/330, Bl. 51; siehe auch General z.b.V. beim OKH, II 32/42, 7. 3. 1942, ebd., Bl. 119; Messerschmidt, Wehrmacht, S. 326 f.; Schröder, Kriegsbericht, S. 84.

Das Beispiel der USA zeigt jedoch, dass derartige mediale Schleier wirkungslos blieben. Die große Demokratie erhielt in der Medienarbeit der deutschen Streitkräfte eine besondere Rolle. Die Haltung der US-Presse zu Deutschland wurde aufmerksam beobachtet[142] und US-Journalisten nahmen unter den sowieso zuvorkommend behandelten Auslandskorrespondenten in Deutschland eine herausragende Stellung ein.[143] In der Medienarbeit der Marine wurden die USA in Übereinstimmung mit den Vorgaben Hitlers äußerst vorsichtig behandelt. Nachdem Präsident Franklin D. Roosevelt die US-Häfen für deutsche U-Boote gesperrt hatte, klagte sie allein über diese Sonderbehandlung der U-Boote, die Schiffe wie alle anderen seien.[144] Als die USA ihr Exportverbot für Waffentechnologie zu Großbritanniens Gunsten beendeten, kommentierten die deutschen Medien dies auf Wunsch Hitlers kaum.[145] Kritik am „Destroyers for Bases Agreement" zwischen Großbritannien und den USA im September 1940 wurde primär gegen Großbritannien gerichtet.[146] Selbst nachdem die deutsche Marine am 2. November 1940 wusste, dass US-Schiffe mit Großbritannien kooperierten, blieben mediale Angriffe aus.[147] Bemerkenswerterweise war den deutschen Streitkräftespitzen bewusst, dass ihre Medienarbeit nicht in der Lage wäre, die USA vom Krieg gegen Deutschland abzuhalten: Schon 1940 begann die Kriegsmarine, Kampagnen für den Zeitpunkt vorzubereiten, an dem die USA zum Gegner Deutschlands geworden sein würden – so, wie es schon im Ersten Weltkrieg geschehen war.[148] Die Marinespitze betrieb, mit anderen Worten, eine Medienarbeit, an deren Erfolg sie selbst nicht glaubte. Sie betrieb sie, weil dies üblich geworden war und weil sie so nicht untätig zusehen musste, wie die USA dem Kriegseintritt näher kamen, weil sie über die Medienarbeit *handeln* konnte. Im Herbst 1941 schließlich wurden die USA auch in der Medienarbeit langsam vom Neutralen zum Gegner. In Absprache mit dem Auswärtigen Amt startete die Marine im Oktober eine Kampagne gegen den Einsatz der US-Marine gegen deutsche U-Boote.[149] Noch durfte zwar nicht offen von einem Krieg oder dessen Unvermeidbarkeit gesprochen werden.[150] Auch sollten kriegerische Meldungen der US-Medien relativiert werden, um der US-Bevölkerung zu zeigen, dass ihre Regierung versuche, sie in einen Krieg zu

[142] Siehe zum Beispiel KTB des OKW, 16. 8. 1940, Schramm (Hrsg.), OKW 1/1, S. 38.

[143] WPr-Lagebericht, 1.–10. 11. 1939, BAMA, RW 4/339; Harold Lavine und James Wechsler, War Propaganda and the United States, New York 1972, S. 168–170; allgemein zum Umgang mit Auslandskorrespondenten Longerich, Propagandisten, S. 284–291.

[144] Kriegstagebuch C VIII der Skl, Bd. 1, 1939/08–12, 21. 10. 1939, BAMA, RM 7/198; damit wurde eine Praxis aus der Vorkriegszeit fortgesetzt, vgl. Wilke, Presseanweisungen, S. 162.

[145] Kriegstagebuch C VIII der Skl, Bd. 2, 1940, 21. 5. 1940, BAMA, RM 7/202.

[146] Kriegstagebuch C VIII der Skl, Bd. 2, 1940, 4. 9. 1940, ebd.

[147] Kriegstagebuch C VIII der Skl, Bd. 2, 1940, 2. 11. 1940, ebd.

[148] Kriegstagebuch C VIII der Skl, Bd. 2, 1940, 21. 5. 1940, ebd; vgl. entsprechende Aussagen Hitlers gegenüber dem japanischen Außenminister Matsuoka im Frühjahr 1941, Schramm (Hrsg.), OKW 1/1, S. 104 E.

[149] Kriegstagebuch C VIII der Skl, Bd. 3, 1941, 24. 10. 1941, BAMA, RM 7/206; der von der Skl geforderte Begriff ‚Yankee-Piraten' konnte sich in der Presse allerdings nicht wie gewünscht durchsetzen, siehe Kriegstagebuch C VIII der Skl, Bd. 3, 1941, 21. 11. 1941, ebd.

[150] Kriegstagebuch C VIII der Skl, Bd. 3, 1941, 27. 10. 1941, ebd.

manövrieren, den sie nicht wolle.[151] Am 2. Dezember 1941 aber war die Haltung der USA nicht mehr von der eines Kriegsgegners zu unterscheiden. Die Marineführung bat Hitler, die besondere Behandlung des Staates zu beenden.[152] Aber erst am 9. Dezember, nach dem japanischen Angriff auf Pearl Harbour, hob Hitler die verbliebenen Einschränkungen auf.[153]

Während die deutsche Medienarbeit nicht in der Lage gewesen war, die politischen Entscheidungen der USA zu verändern, hatten sie auf die Medienarbeit der britischen Streitkräfte sehr wohl einen Effekt gehabt. In Großbritannien war der Umgang mit neutralen Berichterstattern zu Kriegsbeginn derart streng und umständlich gewesen, dass sogar Informationen über Großbritannien in neutralen Medien aus Deutschland stammten. Dieser Umstand hatte zivile Stellen bis hin zum Kabinett beschäftigt, war im Militär jedoch kaum diskutiert worden.[154] Nach der französischen Niederlage im Sommer 1940 zeigten die Streitkräftespitzen bereits etwas mehr Interesse an der Medienarbeit für Neutrale. Gerade die RAF sorgte sich um die Darstellung des eigenen Einsatzes gegen Deutschland und forderte Verbesserungen.[155] Ein deutlicher Umschwung erfolgte jedoch erst im Frühjahr 1941. Geradezu alarmistisch beklagte das JIC im Mai die „poor quality of this important weapon" und meinte damit die britische Medienarbeit für neutrale Staaten, namentlich die USA.[156]

Propaganda to neutral countries has not achieved success nor shown the efficiency that might be expected. The rapid and full presentation of news to the United States is vital. The United States Government will only proceed in the direction of belligerency as far and as fast as public opinion permits. Public opinion in the United States can best be moved by abundant and skilfully presented news. That British war news has been neither abundant nor skilfully presented in the United States is clear.[157]

Die britischen Meldungen gingen gegenüber deutschen unter, es fehle vor allem an Bildern und Filmen.[158] Die Stabschefs pflichteten bei und baten das MoI, aktiver zu werden.[159] Sie selbst sandten den bei den Medien beliebten Mountbatten auf eine Werbereise durch die USA.[160] Auch weiteten die Streitkräfte ihre Film- und Bildarbeit in Kooperation mit dem MoI und der Crown Film Unit aus.[161] Nachdem die RAF zunächst über Verbindungsoffiziere mit dem MoI zusammengearbei-

[151] Kriegstagebuch C VIII der Skl, Bd. 3, 1941, 22. 11. 1941, ebd.
[152] Kriegstagebuch C VIII der Skl, Bd. 3, 1941, 2. 12. 1941, ebd.
[153] Schramm (Hrsg.), OKW 2/1, S. 143.
[154] WC 7 (39) am 7. 9. 1939, TNA, Cab 65, S. 49; Thomson, Admiral, S. 61.
[155] Siehe z. B. Schreiben des Oberbefehlshabers Bomber Command an den Under Secretary of State im Air Ministry, 11. 1. 1940, TNA, Air 14/80, Dokument 44 und Antwort, 15. 2. 1940, ebd., Dokument 59 a.
[156] JIC(41)203, 16. 5. 1941, TNA, Cab 81/102; neben den USA spielte auch Irland eine wichtige Rolle unter den verbliebenen neutralen Staaten, siehe hierzu Cole, Propaganda, *passim.*
[157] JIC(41)203, 16. 5. 1941, TNA, Cab 81/102.
[158] Ebd.
[159] COS(41)243, 12. 7. 1941, TNA, Cab 79/12/43.
[160] Ziegler, Mountbatten, S. 149 f.
[161] Die Crown Film Unit war die wiederbelebte Filmgruppe des Empire Marketing Board der frühen 1930er Jahre, Stenton, Radio, S. 3.

tet hatte, z. B. bei *The Lion has Wings*, entstand im September 1941 die Royal Air Force Film Production Unit als Teil der Medienabteilung der RAF. Eigentlich für Ausbildungszwecke gedacht, wurde sie schnell auch für die nach außen gerichtete Medienarbeit eingesetzt. Diesen doppelten Zielen diente auch die Army Film Unit.[162] Sie bestand bereits vor dem Krieg, wurde aber nach der Niederlage der BEF in Frankreich reformiert und vergrößert. Ab Oktober 1941 beinhaltete sie auch die Bildproduktion als Army Film and Photographic Services.[163] Neben Wochenschaumaterial erstellten beide Einheiten zahlreiche Kinofilme. Auch die Marine verfügte schon vor Kriegsbeginn mit der Royal Naval School of Photography über eine eigene, gut ausgestattete Filmproduktionseinheit. Diese erstellte jedoch im Krieg nur Filme für den internen Gebrauch, während Aufnahmen für die Medienarbeit dem MoI oder privaten Wochenschauunternehmen übertragen wurden. Ab Mitte 1942 wurde die Filmarbeit der Teilstreitkräfte durch das Services Publicity Film Committee koordiniert, um die Moral der Heimat zu erhalten und Neutrale ebenso wie Verbündete zu umwerben.[164] Auch wenn gerade die Innovationen im Einsatz der Bildmedien nicht zuletzt auf Forderungen des MoI zurückgingen, ist nicht zu übersehen, dass die deutsche Medienarbeit der wesentliche Grund für die britischen militärischen Medienspezialisten und Streitkräftespitzen war, sich über die eigene Medienarbeit für die USA Gedanken zu machen. Sie wurde ausgeweitet – auch über den Statuswechsel vom Neutralen zum Alliierten hinaus.

Die Fortsetzung der Medienarbeit für die USA nach dem Ende ihrer Neutralität

Auch nach dem US-Kriegseintritt blieb es für die britischen Streitkräftespitzen wichtig, deutschfreundlichen Perspektiven in den US-Medien entgegenzutreten. Im Februar 1942 arbeiteten Pound, Portal und Brooke daher mit dem MoI zusammen, um eine deutsche Kampagne in den USA zu kontern, nach der die Briten versuchten, ihre eigenen Truppen zu schonen und andere für sich kämpfen zu lassen.[165] Ab März 1942 wurde für die Auslandspresse in Großbritannien sogar eine politische Zensur eingeführt, deren Ziel es war, die Beziehungen zu den Verbündeten zu sichern. Zwar wurde sie recht liberal gehandhabt und nach der Landung in der Normandie wieder aufgehoben, doch ist nicht zu übersehen, dass die britische Regierung und die britischen Streitkräfte die Allianz mit den USA um jeden Preis schützen wollten.[166] Die COS verlangten daher auch: „Services Public-

[162] Zu Zusammensetzung und Aufgabenverteilung 1942 siehe Select Committee on National Expenditure, Sub-Committee on Fighting Services. Army M.90. Directorate of Public Relations, 11. 9. 1942, TNA, WO 193/252.
[163] Siehe hierzu Schriftwechsel in TNA, WO 204/769; neben Photographen und Kameraleuten beschäftigte das War Office auch Künstler, Foss, Paint, S. 16–18; auch in den deutschen PK waren sie vertreten, siehe Schmidt, Maler, *passim.*
[164] Berger, Listen, S. 258–269; Chapman, Cinema, S. 62, 138–140; Mackenzie, Films, S. 26.
[165] COS(42)46, 11. 2. 1942, TNA, Cab 79/18/13; COS(42)57, 20. 2. 1942, TNA, Cab 79/18/24.
[166] TNA, Cab 134/675; McLaine, Morale, S. 246 f.

ity Committee formed in this country, should […] keep in very close touch with these American Representatives.“[167]

In der Medienarbeit der deutschen Streitkräfte auf der anderen Seite wurden die USA zum Gegner.[168] Hierbei dominierten zunächst allerdings noch Ansätze, die auf die Medienarbeit für Neutrale zurückgingen. Nachdem bisher versucht worden war, Großbritannien von den Neutralen zu isolieren, sollte Medienarbeit nun entgegen der diplomatischen Realität einen Keil zwischen die Verbündeten treiben. Dieses Ziel entsprach letztlich einer wesentlichen Hoffnung Hitlers, die zum Kriegsende hin immer prominenter wurde.[169] Um es zu erreichen, wurde die Stationierung US-amerikanischer Soldaten in Großbritannien unter US-Recht als Erniedrigung Großbritanniens angeprangert. Die Wehrmacht stellte die entsprechende Übereinkunft zwischen Großbritannien und den USA als ein Diktat der USA dar und betonte, man selbst habe mit Verbündeten immer Verträge geschlossen.[170] Als sich der Kriegsverlauf zuungunsten Deutschlands entwickelte, wurden derartige Kampagnen noch unwirklicher. So schlug die Skl dem Auswärtigen Amt 1943 nach der Niederlage von Stalingrad vor, Großbritannien zur Verständigung mit Deutschland aufzurufen, da es zwischen den USA und der Sowjetunion nicht bestehen könne. Zugleich sollte das Land mit der Drohung eines erneuten deutsch-sowjetischen Bündnisses unter Druck gesetzt werden.[171]

Vor diesem Hintergrund verwundert es nicht, dass bald nicht mehr die zunehmend wirklichkeitsferne deutsche Medienarbeit verantwortlich war, wenn sich die britischen Stabschefs um die Darstellung der britischen Streitkräfte in den US-Medien sorgten; es waren vielmehr die US-Medien selbst. Im Sommer 1944 fielen zunächst dem Foreign Office kritische Artikel des Journalisten ‚Drew‘ Pearson auf. Er beschuldigte Großbritannien, britische Soldaten zulasten indischer zu schonen – ganz so, wie die deutsche Medienarbeit zuvor argumentiert hatte.[172] Die Stabschefs reagierten schnell: Wieder sollte Mountbatten sich an die Medien wenden, der inzwischen Oberkommandierender der Alliierten in Südostasien war. Er sollte die Bedeutung des Kriegsschauplatzes und das dortige britische Engagement hervorheben.[173] Die Kritik verstummte jedoch nicht, weshalb die COS das Foreign Office drängten, eine Pressekonferenz mit Feldmarschall Sir Henry Maitland Wilson anzuberaumen. Dieser war Eisenhowers Nachfolger als alliierter Oberkommandierender im Mittelmeerraum gewesen und nun im Begriff, nach Washington zu gehen, wo er Teil der British Joint Staff Mission wurde, die die Zusammenarbeit mit den US-Streitkräften vor Ort koordinierte, wenn nicht die

[167] COS(42)108, 6. 4. 1942, TNA, Cab 79/20/8.
[168] Siehe unten, Kapitel 7.4.
[169] Siehe beispielsweise KERSHAW, Nemesis, S. 778.
[170] Kriegstagebuch C VIII der Skl, Bd. 4, 1942, 8. 8. 1942, BAMA, RM 7/210.
[171] Kriegstagebuch C VIII der Skl, Bd. 5, 1943, 23. 3. 1943, BAMA, RM 7/214.
[172] Schriftwechsel aus dem Juli 1944, TNA, WO 106/4581.
[173] COS(44)(O)278, 17. 8. 1944, TNA, Cab 79/79/18; Auszug in TNA, WO 106/4581, Dokument 635.

COS selbst dort weilten.[174] Wenige Wochen später sah sich die RAF zu dem Hinweis genötigt, dass man die entsprechende Medienarbeit allerdings auch nicht übertreiben solle:

> The test of success is not the volume or obtrusiveness of the propaganda but whether it achieves the practical object for which it is undertaken. Its purpose is not to justify ourselves before the world but to secure the co-operation of the United States in our policy. And that is how we should judge it. However, the method and scale are a matter of our foreign policy which governs it all.[175]

Die Streitkräfte, die zunächst auf die Medienarbeit für Neutrale vor allem deswegen aufmerksam geworden waren, weil es antibritische Kampagnen aus Deutschland und später aus den US-Medien selbst gab, verschrieben sich zum Kriegsende hin aktiv dem außenpolitisch gewünschten Ziel, die guten Beziehungen zu den USA zu wahren. Anders als zu Kriegsbeginn, als sie derartige Fragen weitgehend dem Kabinett überließen, waren die USA inzwischen zu einem Verbündeten geworden, dessen militärisches Engagement für die britische Kriegführung eine entscheidende Rolle spielte. Die Medienarbeit bildete einen wichtigen Hebel, um diese für das Militär wichtige Unterstützung zu sichern; dass sie hierzu in der Lage wäre, wurde mit keiner Silbe angezweifelt. Daher wurde auch die Präsentation der britischen Leistungen im Vergleich zu denen der US-Truppen, die im vorigen Abschnitt bereits angesprochen wurde, zu einer relevanten Frage, auch in den britischen Medien. Immerhin, so erkannte auch die RAF an, seien viele US-Truppen in Großbritannien, weshalb deren Leistungen auch in britischen Medien, zu deren Kunden sie nun zählten, betont würden.[176] Tatsächlich war die paritätische Verteilung des Lobes innerhalb der Westalliierten Streitkräfte zu einem Grundprinzip der Medienarbeit geworden. Schon in Nordafrika hatte Eisenhower Korrespondenten gewarnt, wer versuche, eine der alliierten Streitkräfte über die andere zu erheben, spiele der deutschen Propaganda in die Hände und werde zensiert und vom Kriegsschauplatz entfernt.[177] Nur am Rande sei erwähnt, dass bei Weitem nicht immer die britischen Streitkräfte die Leidtragenden waren, wenn die Medien Lob ungerecht verteilten. Im umgekehrten Falle, wie er beispielsweise im Herbst 1944 eintrat, waren die britischen Stabschefs jedoch desinteressiert.[178]

Derartigen Ausgleichsbestrebungen und einer allgemeinen Entspannung im Frühjahr 1945 zum Trotz kehrte das Problem nach dem Sieg über Deutschland zurück, als der Schwerpunkt des Krieges auf den Pazifik wechselte. Schon Anfang Mai 1945 wies die US-Regierung selbst darauf hin, dass es geboten sei, die briti-

174 COS(44)(O)413, 29. 12. 1944, TNA, Cab 79/84/23.

175 ACAS(G), vermutlich an Deputy Chief of the Air Staff, 13. 3. 1945, TNA, Air 20/4300.

176 Ebd.; für die Beziehungen Großbritanniens mit den dort stationierten US-Truppen war das Ministry of Information verantwortlich, McLaine, Morale, S. 263–265; ferner Ambrose, Eisenhower, S. 59 f.; Eisenhower, Kreuzzug, S. 83.

177 Ambrose, Eisenhower, S. 180 f.; vgl. für späteren Zeitpunkt Tagebucheintrag Butcher, 7. 7. 1944, wiedergegeben in Butcher, Eisenhower, S. 637.

178 Im erwähnten Fall sorgte sich Trenchard um Effekte auf US-Truppen, Tedder, Memoirs, S. 586 f.

schen Anstrengungen gegen Japan bekannter zu machen.[179] Brooke, Portal und Cunningham stimmten zu. Der britische Einsatz in Burma „should be exploited to the utmost in our publicity in the United States".[180] Kritikern wie dem erwähnten Pearson konnten sie jedoch nicht den Wind aus den Segeln nehmen. Nach einem weiteren seiner Artikel im Sommer 1945 sollte auf Wunsch der JSM einmal mehr Mountbatten auf den Plan gerufen werden.[181] Dieser war als zuständiger Befehlshaber vor Ort schockiert, dass die Briten in der US-Presse (und der indischen) als „Imperial monsters" dargestellt würden.[182] Der Idee, er könne nach einem Aufenthalt in London über die USA in sein Einsatzgebiet zurückreisen, widersprachen die COS jedoch.[183] Ein solcher Besuch sei zu leicht als Propagandamanöver zu durchschauen; sie hielten es für besser, die Parlamentswahlen Pearsons Artikel verdrängen zu lassen.[184] Das MoI wollte allerdings zumindest Mountbattens Zeit in London für eine Begegnung mit den Medien nutzen.[185] Die Stabschefs gaben nach.[186] Die US-Medien waren zu einem relevanten Feld für die Eigendarstellung geworden, nicht zuletzt mit dem Ziel, die Kooperationsbereitschaft der USA zu wahren. Aus der Medienarbeit für Neutrale, die das britische Militär vor allem deshalb interessiert hatte, weil sie von Gegnern betrieben worden war, war eine Medienarbeit für Verbündete entstanden, die zunehmend den friedenstypischen Medienstrategien ähnelte, die die Streitkräfte mit wachsender Routine in ihrer eigenen Heimat betrieben – mit dem Unterschied, dass die entsprechenden Ziele nun auch außerhalb der Grenzen der eigenen Nation verfolgt wurden.

Damit hatte sich der Zweite Weltkrieg für die Entgrenzung der friedenszeitlichen Medienstrategien als ähnlich wirksamer Katalysator gezeigt wie zuvor der Erste Weltkrieg für die Idee des Medienkriegs. Letzterer wurde seinerseits im Zweiten Weltkrieg unübersehbar Teil militärischer Routineaufgaben im Kampf gegen die Gegner.

7.4 Medienarbeit als Teil der Kriegführung gegen die Gegner

Gerade gegen den Gegner gerichtete Medienstrategien waren im Zweiten Weltkrieg von Beginn an Teil der Kriegführung. Der Umfang dieses Medienkriegs wan-

[179] Schreiben der JSM, 3.5.1945, TNA, WO 106/4584, Dokument 850.
[180] COS(45)117, 4.5.1945, TNA, Cab 79/33/3.
[181] Schreiben an AMSSO, 27.7.1945, TNA, WO 106/4584, Dokument 939.
[182] Tagebucheintrag Mountbattens, 15.6.1945, wiedergegeben in Philip Ziegler (Hrsg.), Personal Diary of Admiral the Lord Louis Mountbatten, Supreme Allied Commander, South-East Asia, 1943–1946, London 1988, S. 214.
[183] COS(45)186, 30.7.1945, TNA, Cab 79/37/5.
[184] COS(45)186 und 187 vom 30. und 31.7.1945, TNA, Cab 79/37/5 und 6.
[185] COS(45)507(O), 2.8.1945, TNA, Cab 80/96/31.
[186] COS(45)191, 192, 193 und 195 vom 3., 8. und 10.8.1945, TNA, Cab 79/37/10, 11, 12 und 14. Am 30. Juli hatte sich auch das War Cabinet dafür ausgesprochen, Mountbatten in dieser Sache werbewirksame Auftritte zu gestatten, TNA, WO 106/4584, Dokument 940.

delte sich allerdings im Kriegsverlauf auf beiden Seiten. Zwei wichtige Krisen bildeten die Umbruchpunkte: Im Sommer 1940, als Großbritannien allein gegen einen deutsch dominierten Kontinent stand, blieb seinen Streitkräften vor allem die Medienarbeit als Handlungsoption. Von da an bauten die britischen Streitkräfte ihren Medienkrieg gegen Deutschland aus. Der Medienkrieg der Wehrmacht dagegen wurde von Kriegsbeginn an betrieben und ausgeweitet – bis 1943. Als die Rote Armee jedoch immer zahlreicher vordrängte, wurde die Medienarbeit im Angesicht einer Krise, auf die eine militärische Antwortmöglichkeit gefunden werden musste, eingeschränkt. Anhand dieser beiden Krisen teile ich die folgende Analyse des gegen die Gegner gerichteten Medienkrieges in drei zeitliche Abschnitte.

Medienblitzkrieg, Mediensitzkrieg – Vom Kriegsbeginn bis zur Isolation Großbritanniens

Der Medienkrieg gegen die Kriegsgegner war, wie bereits erwähnt, für beide Streitkräfte von Beginn an Teil der Kriegführung. Beide Seiten warfen Flugblätter über ihren Gegnern ab, die Luftwaffe über Warschau, die RAF über dem Ruhrgebiet, Hamburg und Bremen.[187] Die Praxis war aus dem Ersten Weltkrieg bekannt und in der Zwischenkriegszeit weiterentwickelt worden.[188] Die RAF hatte den Flugblattabwurf gar zu einem Argument für ihre Eigenständigkeit als Teilstreitkraft erhoben: Flugblätter hatten ihr helfen sollen, aufständische Bevölkerung in kolonialen Gebieten einzuschüchtern, die eigene Präsenz zu demonstrieren und Bombenabwürfe anzukündigen. Deutschland fiel zwar in eine andere Gegner-Kategorie, galt aber als empfänglich, da die NS-Elite selbst der Propaganda hohe Bedeutung zuschrieb.[189] Dass der Flugblatteinsatz anders als im Ersten Weltkrieg nicht erst als Reaktion auf eine Krise, sondern planvoll von Kriegsbeginn an erfolgte, deutet bereits den veränderten Stellenwert an, den der Einsatz von Medienprodukten neben klassischen Kampfhandlungen hatte. Das heißt freilich nicht, dass es keine Kritiker gegeben hätte. In Großbritannien zählte Montgomery zu ihnen, und auch in Deutschland unterstützte die ‚kämpfende Truppe' die mediale Seite der Kriegführung nicht immer so, wie es sich die Medienspezialisten und die Führung wünschten.[190] Der Flugblatteinsatz und die Frontpropaganda verdeutlichen dennoch im

[187] Zum Flugblatteinsatz der RAF Kriegstagebuch C VIII der Skl, Bd. 1, 1939/08–12, 4. 9. 1939, BAMA, RM 7/198; Tagebucheinträge Halder, 15. 9. 1939 und 18. 9. 1939, wiedergegeben in HALDER, Kriegstagebuch 1, S. 76 und 78; HILLGRUBER und HÜMMELCHEN, Chronik, S. 1149; zur Vorbereitung Memorandum der COS, 31. 8. 1939, TNA, Cab 53/54; Measures to Be Taken in Connection with Declaration of War, COS 968(JP), 28. 8. 1939, TNA, Cab 53/54; Anweisung zum Einsatz von Flugblättern vom CID an die RAF, CID, 374. Sitzung, 1. 9. 1939, TNA, Cab 2/9; zum Flugblatteinsatz durch die Luftwaffe und zur Evaluation der eingesetzten Flugblätter LWFüSt Ic 5306/39 (Ic/Pr), 9. 10. 1939, BAMA, RW 4/239, Bl. 137, sowie weitere Kommentare, ebd., Bl. 138 f.

[188] Für einen Überblick über den Flugblatteinsatz Deutschlands und seiner Gegner siehe BUCHBENDER und SCHUH, Seele, *passim.*

[189] Propaganda as a Weapon of War Against Germany, undatierter Entwurf, TNA, Air 75/121.

[190] BUCHBENDER und SCHUH, Seele, S. 22; HAMILTON, General, S. 324 f.

Kleinen die Veränderungen, die der Medienkrieg seit dem Ersten Weltkrieg erfahren hatte. Allerdings stehen beide nicht im Zentrum dieser Analyse. Im Folgenden konzentriere ich mich auf den Umgang mit den klassischen Massenmedien.

Hier zeigte sich, dass Deutschland in den ersten Kriegsmonaten nicht nur operativ, sondern auch im Medienkrieg in der Offensive war. Wie in der Zwischenkriegszeit bereits angelegt, erstellte WPr gemeinsam mit dem Wehrmachtführungsstab Konzepte für die Medienarbeit bei allen großen Operationen.[191] Die Medienarbeit war also als von Spezialisten erfüllte Standardaufgabe im Kernbereich der militärischen Profession angekommen. Im Kampf gegen Polen sollte der Medienkrieg helfen, den polnischen Widerstandswillen zu brechen. Damit die deutschen Botschaften ihre Ziele erreichen konnten, wurde sogar verboten, Radiogeräte der polnischen Bevölkerung zu beschlagnahmen.[192] Nach dem Sieg über den östlichen Nachbarn galt die Medienarbeit der Wehrmacht als erfolgreich. Daher wurden die PK im Anschluss vergrößert.[193] Im Medienkrieg gegen Großbritannien fehlten diesen zwar zunächst die Berührungspunkte für einen Einsatz;[194] allerdings spielte das Land im Propagandakrieg des RMVP eine zentrale Rolle. Radiosender wie die New British Broadcasting Station, von Februar 1940 bis April 1945 auf Sendung, sollten seine Moral unterminieren.[195] In Großbritannien wurde der deutsche Medienkrieg durchaus mit Sorge gesehen. Kapitän zur See Gerard Muirhead-Gould,[196] der in den frühen 1930er Jahren Marineattaché in Berlin gewesen war, meinte schon im November 1939, Deutschland führe einen „War of Nerves“. Diesen müsse man beantworten, indem man selbst die Moral der gegnerischen Führung und Bevölkerung angreife. In seinem Papier, das in der Admiralty besprochen wurde, meinte er: „Such a campaign might even affect the German plans and lead to a dispersion of force.“[197] Damit hatte er die Auseinandersetzung um die Moral der Bevölkerung mit der Irreführung des Gegners verbunden, die im Zweiten Weltkrieg zum wesentlichen Bestandteil des Medienkriegs werden sollte.[198]

Dies galt auch für die deutschen Streitkräfte. „Planmäßige Propaganda“, wie Halder es nannte, sollte die Alliierten an Deutschlands Westgrenze einlullen, während die Wehrmacht in Polen einmarschierte.[199] Bereits vor dem Angriff war der ‚Westwall‘ medial verstärkt worden, wobei das Heer mit der für den Bau einge-

191 WEDEL, Wehrmachtpropaganda 1, S. 46–49.
192 Tagebucheintrag Halder, 7. 9. 1939, wiedergegeben in HALDER, Kriegstagebuch 1, S. 65.
193 WEDEL, Wehrmachtpropaganda 2, S. 6 f.
194 UZIEL, Propaganda, S. 265.
195 DOHERTY, Wireless, S. 19.
196 Siehe RICHARD TAYLOR, Capt. G. Muirhead-Gould DSC RN, in: Naval Historical Collectors and Resarch Association Review 16 (2003), online unter http://www.nhcra-online.org/20c/gould.html (zuletzt geprüft am 30. 1. 2013).
197 G. C. Muirhead-Gould, ‚The War of Nerves‘, der Admiralty am 18. 11. 1939 unterbreitet, TNA, Adm 223/477; Reaktionen siehe ebd., namentlich Schreiben Godfreys, 19. 11. 1939 und Schreiben des Director of Plans, 22. 11. 1939.
198 Zu ihrer grundlegenden Bedeutung siehe MURAWSKI, Wehrmachtbericht, S. 85; SOMMERFELDT, OKW, S. 67 f.; TAYLOR, Arm, S. 258; WEDEL, Propagandatruppen, S. 35.
199 Tagebucheintrag Halder, 4. 9. 1939, wiedergegeben in HALDER, Kriegstagebuch 1, S. 59; vgl. UZULIS, Kriegspropaganda, S. 127.

setzten Organisation Todt um die Medienpräsenz konkurrierte.[200] Hitler selbst hatte die Anlage, deren Bezeichnung eine zusammenhängende Befestigung suggerieren sollte, die so nicht existierte, mehrfach medienwirksam besucht, zuletzt im August 1939.[201] In den ersten Kriegswochen kamen Journalistenreisen und ein Film über die Befestigung der deutschen Westgrenze hinzu. Präsentiert wurden hier besonders stark befestigte Abschnitte oder solche, an denen es keine Kämpfe gab, obwohl in gegnerischen Berichten von solchen die Rede gewesen war. Tatsächlich stattfindende Kämpfe wurden gezielt verschwiegen.[202] Zwar galt die Presse für diesen Teil der Medienarbeit als besonders geeignet, doch auch Rundfunksendungen aus dem nahen Stuttgart, geheime Sender, Flugblätter, Plakate und Lautsprecherdurchsagen wurden eingesetzt.[203] Die Medienarbeit, die von WPr organisiert und vom RMVP umgesetzt wurde, sollte die französischen Streitkräfte von einem Angriff abhalten, den die Wehrmacht nicht hätte abwehren können.[204] Sie war also, bei aller Routine, nach wie vor ein Mittel, das helfen sollte, Krisen abzuwenden oder zu überstehen.

Auch der Medienkrieg der britischen Streitkräfte sollte vor allem den Gegner in die Irre führen. Verglichen mit der Wehrmacht blieb das britische Militär allerdings zunächst beinahe inaktiv. Kriegsberichterstatter konnten erst nach einigen Konflikten an die Fronten reisen, wo es zudem kaum etwas zu berichten gab.[205] General Gort, der sich als CIGS in den letzten Vorkriegsmonaten immer für eine starke britische Expeditionsstreitmacht eingesetzt hatte, wurde mit Kriegsbeginn zum Kommandeur der BEF. Noch Ende Oktober 1939 bestand er gegenüber den Medienvertretern darauf, die Position der BEF geheim zu halten, wobei ihm die COS den Rücken stärkten. Er hielt die Verschwiegenheit für wichtig, um die Wehrmacht im Unklaren zu lassen – nicht unbedingt über seine Position auf dem Kontinent, zumindest aber über die Genauigkeit ihrer eigenen Aufklärung.[206] Es war eher eine Strategie der Informationssicherheit denn eine der Einflussnahme mit dem Ziel der Irreführung. Das JIC wurde diesbezüglich aktiver. So sollten Artikel, die in die *Times*-Ausgaben für die Niederlande eingespeist wurden, die militärische

[200] Schreiben an Brauchitsch, 5. 4. 1939, BAMA, RH 1/53, Bl. 76 f.; siehe auch Kershaw, Nemesis, S. 106, 202 f.

[201] Görlitz (Hrsg.), Keitel, S. 207 f.; Keitel, Leben, S. 231, 245.

[202] Tagebuch Jodl, 9. 2. 1940, mit Ergänzung, BAMA, RW 4/32, Bl. 7; Schmidt-Scheeder, Hölle, S. 109–111; Wedel, Wehrmachtpropaganda 1, S. 59 f.; zum Film OKW 1 r WFA/WPr (IIc) 2292/39, 17. 9. 1939, BAMA, RW 4/240; zur Berichterstattung über angebliche Kampfhandlungen siehe Murawski, Wehrmachtbericht, S. 119 f.; des Weiteren Sommerfeldt, OKW, S. 31–42; dass Kampfhandlungen nicht im Wehrmachtbericht erschienen, war Taktik, kein Fehler, wie Sommerfeldt behauptet, Sommerfeldt, OKW, S. 29.

[203] Martin, Goebbels, S. 74; WPr-Anweisung, 4. 9. 1939, BAMA, RW 4/242a, Bl. 10; Uzulis, Kriegspropaganda, S. 132–141; siehe zur überwiegend positiven Erfahrungsauswertung OKW WFA/WPr Ib 3144/39, 17. 10. 1939, BAMA, RW 4/239, Bl. 123–126; siehe für eine Darstellung Buchbender und Schuh, Seele, S. 74–81.

[204] Schreiben WPr, 27. 2. 1940, BAMA, RW 4/243, Bl. 285; OKW WFSt/L/IV/Qu 3.Ausf. 44787/41 Feindtäuschung, 25. 3. 1941, BAMA, RW 4/578.

[205] Zu den Kriegsberichterstattern siehe oben, Kapitel 3.2.3.

[206] COS, 26. 10. 1939, TNA, Cab 79/1/59; siehe auch Gorman und McLean, Media, S. 99.

Vorgehensweise Deutschlands beeinflussen. Auch inspirierte Artikel in neutralen Zeitungen sollten den Gegner verwirren. All diese Maßnahmen, die explizit auf Erfahrungen im Ersten Weltkrieg zurückgeführt wurden, waren jedoch weder im Umfang noch in der Zielsetzung mit den deutschen Aktivitäten vergleichbar.[207]

Die Wehrmacht änderte im April 1940 ihre Medienarbeit im Westen von der Hinhaltetaktik hin zur Unterstützung ihrer geplanten Offensiven.[208] Die Vorarbeit hierfür hatte im Dezember begonnen, als die Seekriegsleitung die „Veranlassung von Artikeln in feindlicher und neutraler Presse, die geeignet sind, der Invasionsfurcht in England neuen Auftrieb zu geben“ gefordert hatte.[209] Großbritannien sollte dazu gebracht werden, die eigenen Kräfte in der Heimat zu konzentrieren, anstatt die BEF zu stärken. Im Mai 1940 bekräftigte die Skl: „Jede propagandistisch zur Steigerung der Invasionsfurcht in England gegebene Möglichkeit ist auszunutzen, um […] England zur Zurückhaltung von Truppen und zu vermehrter Arbeit seiner Rüstungsindustrie für Zwecke der Inland-Verteidigung zu veranlassen.“[210] Es galt, die Alliierten einander zu entfremden.[211] Zugleich sollte die französische Verteidigung fehlgeleitet werden. Auf verschiedenen Kanälen wurden Hinweise für einen Angriff auf die Maginotlinie und eine Neuauflage des Schlieffenplans gestreut.[212] Während der laufenden Kämpfe sollten Soldaten und Zivilisten in Frankreich mithilfe von Flugblättern, Lautsprecherwagen und Rundfunk demoralisiert werden.[213] Auch die *Signal* kam zum Einsatz.[214] Halder hoffte, mit dem falschen Motto „Schlacht nur gegen Engländer!“ die Kampfbereitschaft der französischen Soldaten untergraben zu können.[215] Nach dem Sieg über Frankreich war WPr überzeugt, dass die eigene mediale Kriegführung einen „Hauptanteil an der französischen Niederlage“ gehabt habe.[216]

[207] Schriftwechsel und Artikel zwischen dem 29. 10. und 18. 11. 1939, TNA, Adm 223/478. Für die Verbreitung von Gerüchten in Deutschland war in der Royal Navy Korvettenkapitän Ian Fleming zuständig, der spätere James-Bond-Autor, siehe Schreiben Godfreys, 28. 11. 1940, ebd. Zu weiteren Methoden des JIC gehörten punktuell verschärfte Zensurmaßnahmen oder gezielt verstärkte Berichterstattung, zum Beispiel über offizielle *Eye Witnesses* in Norwegen, siehe Pläne vom 29. 4. 1940, TNA, WO 106/1953. Das Vorgehen wurde mit dem MoI abgestimmt – und durch die eigenständige Berichterstattung der Medien erschwert, siehe vertrauliche Anhänge 7, 12 und 13 zu JIC(40), 1940, TNA, Cab 81/89; zur Geschichte der institutionalisierten Irreführung außerhalb der Medienarbeit Cruickshank, Deception, besonders S. 34 f.

[208] Hamilton, General, S. 334 f.

[209] Kriegstagebuch C VIII der Skl, Bd. 1, 1939/08–12, 14. 12. 1939, BAMA, RM 7/198.

[210] Kriegstagebuch C VIII der Skl, Bd. 2, 1940, Anlage 33, 22. 5. 1940, BAMA, RM 7/202.

[211] Uzulis, Kriegspropaganda, S. 132–141; für Beispiele siehe Kriegstagebuch C VIII der Skl, Bd. 2, 1940, 5. 4. 1940, BAMA, RM 7/202; Schröder, Kriegsbericht, S. 62 f.

[212] Martin, Goebbels, S. 75–78; Sommerfeldt, OKW, S. 74–76; Wedel, Wehrmachtpropaganda 1, S. 60 f.; vgl. Weisung Nr. 7 für die Kriegführung, 18. 10. 1939, wiedergegeben in Hubatsch (Hrsg.), Weisungen, S. 34 f.

[213] OKW 3960/40 geh. WFA/WPr I, 27. 5. 1940, BAMA, RW 4/256, Bl. 258 f.; ferner BAMA, RW 4/247a, Bl. 111 f.

[214] Moll, Wehrmachtpropaganda, S. 117–120.

[215] Tagebucheintrag Halder, 17. 1. 1940, wiedergegeben in Halder, Kriegstagebuch 1, S. 160

[216] WPr-Lagebericht 7200/40 geh., 6. 10. 1940, BAMA, RW 4/339; siehe auch WPr-Lagebericht, 15. 7. 1940, ebd.; des Weiteren Newcourt-Nowodworski, Propaganda, S. 35; Wilhelm Rit-

Die britischen Streitkräfte hatten dem deutschen Vorrücken auch medial wenig entgegenzusetzen. Allerdings hatten die COS das JIC bereits im Februar 1940 beauftragt, den deutschen Medienkrieg zu analysieren, in der Hoffnung, Rückschlüsse auf die geplanten Operationen der Wehrmacht ziehen zu können.[217] Schnell stand fest, dass Deutschland die Medienarbeit nutzte, um seine Gegner in die Irre zu führen.[218] Das JIC hoffte nun einerseits, mithilfe einer Sammlung deutscher Falschmeldungen Deutschlands internationale Glaubwürdigkeit untergraben zu können. Freilich kam es mit dieser Erkenntnis etwas spät: Das MoI und die Naval Intelligence Division unter Godfrey hatten ein solches Unterfangen bereits begonnen.[219] Andererseits gelangte die britische Streitkräfteführung zu der Ansicht, dass sie ebenfalls verstärkt auf die Irreführung des Gegners setzen sollte. Zu diesem Zweck wurde im März unter dem JIC das Inter Services Security Board gegründet.[220] Es sollte Informationslücken schließen und eigene Irreführungsmethoden weiterentwickeln.[221] Das ISSB betonte, man müsse korrekte Informationen ausgeben, um glaubwürdig zu sein. Wolle man den Gegner täuschen, müsse man ihn zu falschen Schlussfolgerungen verleiten.[222] Dieses Glaubwürdigkeitsproblem war auch der Wehrmacht bekannt; es galt vor allem als eines der Dosierung. Die Marineführung brachte es im November 1940 auf den Punkt: „Die Wahrheit zu sagen, entspricht einer klugen Politik und soldatischer Tradition. Die Presselüge wird demnach in der militärischen Berichterstattung im allgemeinen nur bei Fragen, bei denen der Gegner nicht das Gegenteil beweisen kann, als erlaubte Kriegslist zur Täuschung des Gegners anzuwenden sein.“[223]

Die deutschen Streitkräfte verwahrten sich gegen auffällige Falschmeldungen, wie die bereits erwähnte angebliche Versenkung der *Ark Royal.* Ansonsten aber waren sie alltäglicher Teil des Medienkrieges, auch in der Marine. Beispielsweise ließ die deutsche Skl Ende April 1940 den Untergang eines britischen U-Bootes auf Minen schieben, um ein eigenes Minenfeld wirksamer erscheinen zu lassen.[224]

ter von Schramm, Hitlers psychologischer Angriff auf Frankreich, in: APuZ 11 (1961), S. 45–58, hier S. 57 f.; zum Zusammenhang zwischen Propagandaerfolg und tatsächlichem Erfolg Sommerfeldt, OKW, S. 57.

217 Notiz des Secretary des JIC, 27. 2. 1940, JIC(40)10, TNA, Cab 81/96.

218 JIC(40)19, 8. 4. 1940, TNA, Cab 81/87.

219 In der Admiralty verbreitetes Memorandum Godfreys, 25. 2. 1940, TNA, Adm 223/477.

220 Dieses wurde am 14. 3. 1940 von den COS genehmigt, COS(40)59, TNA, Cab 79/3/53.

221 Gerüchte standen hier im Mittelpunkt, siehe JIC(40)6(S), 8. 2. 1940, JIC(40)7(S), 9. 2. 1940, JIC(40)11(S), 5. 3. 1940 und folgend JIC(40)12(S), JIC(40)13(S), ferner COS(40)265, 12. 3. 1940, alle TNA, Cab 81/135.

222 ISSB-Bericht, 27. 3. 1940, TNA, JIC(40)25, und Stellungnahme des JIC, 13. 4. 1940, JIC(40)31, beide TNA, Cab 81/96.

223 Kriegstagebuch C VIII der Skl, Bd. 2, 1940, Anlage 46, 7. 11. 1940, BAMA, RM 7/202.

224 Kriegstagebuch C VIII der Skl, Bd. 2, 1940, 30. 4. 1940, ebd.; siehe auch Eintrag vom 7. 5. 1940, ebd.; ferner Eintrag vom 18. 5., ebd., worin mit dem gleichen Ziel vor Südafrika gelegte Minen bekannt gemacht werden sollten; entsprechendes Vorgehen bei einem Minenfeld vor der norwegischen Küste 1942, Kriegstagebuch C VIII der Skl, Bd. 4, 1942, 11. 4. 1942, BAMA, RM 7/210. 1943 wurde versucht ein Minenfeld im Mittelmeer zu suggerieren, indem U-Boot-Versenkungen verschwiegen wurden, Kriegstagebuch C VIII der Skl, Bd. 5, 1943, 20. 10. 1943, BAMA, RM 7/214.

Die britischen Streitkräfte zogen derweil ihre wohl wichtigste Lehre aus dem deutschen Medienkrieg der ersten Kriegsmonate: Im Juli 1940 reichte das ISSB ein Memorandum des ehemaligen Presseattachés der Gesandtschaft in Kopenhagen, Ronald Turnbull, an das JIC weiter. Darin hieß es, Medienarbeit müsse langfristig auf ein übergeordnetes Ziel hin ausgerichtet und praktisch mit allen militärischen Operationen verbunden werden, sie sei „an invaluable military measure."[225] Die britischen Streitkräftespitzen kamen im Sommer 1940 zur gleichen Erkenntnis – während ihre operativen Möglichkeiten weitgehend reduziert wurden.

Medienarbeit als fester Bestandteil militärischer Operationen – 1940 bis 1943

Mit der Niederlage Frankreichs und dem Rückzug der eigenen Truppen vom europäischen Festland geriet das britische Militär in eine Krise, wie es sie zuletzt in den napoleonischen Kriegen erlebt hatte: Es stand nahezu machtlos einem Gegner gegenüber, der den europäischen Kontinent dominierte. In dieser Situation schien allein der Medienkrieg noch Handlungsoptionen zu bieten. Der Director of Air Intelligence (DAI) Boyle brachte die Lage auf den Punkt: „We must attack with propaganda because at the moment we could not attack by military action..."[226] Für ihn lag einige Hoffnung in dieser Strategie, fand er doch in Deutschlands Medienarbeit die Erklärung für seine Erfolge gegen Frankreich.[227] Daher forderte er am 8. Juli, der britische Medienkrieg müsse verbessert und am deutschen Vorbild orientiert werden. Tatsächlich begannen militärische Gremien wie das JIC daraufhin, Medienspezialisten des MoI hinzuzuziehen, wenn über neue Operationspläne gesprochen wurde.[228] Auch Godfrey sah im deutschen Medienkrieg ein Vorbild, dem Großbritannien folgen müsse; namentlich bezog er sich auf die Fähigkeit, über Figuren wie *Lord Haw-Haw* Gerüchte zu streuen und den Gegner zu beeinflussen.[229] Auf dem Gebiet des Medienkriegs also war die gegenseitige Beobachtung der Streitkräfte, war der transnationale militärische Raum nach wie vor von wesentlicher Bedeutung. Zuerst sollte nun mithilfe eigener Gerüchte die gefürchtete deutsche Invasion abgewendet werden. Kampagnen über Geheimwaffen sollten Deutschland dazu bringen, die eigene Produktion auf defensive Waffen umzustellen.[230] Boyle konnte darauf verweisen, dass schon im Juni

[225] Memorandum und Stellungnahme dazu vom 5. 7. 1940, JIC(40)153, TNA, Cab 81/97.
[226] JIC-Sitzung, 6. 7. 1940, JIC(40)50, TNA, Cab 81/87.
[227] Damit war er nicht allein, siehe Curran und Seaton, Power, S. 130.
[228] Memorandum, 8. 7. 1940, JIC(40)158, TNA, Cab 81/97; vgl. auch Memorandum, 25. 8. 1940, JIC(40)252, TNA, Cab 81/98; zur Einbeziehung von Medienexperten in Planungen siehe Notiz Godfreys, 18. 9. 1940, TNA, Adm 223/477; zu weiteren Verbesserungen siehe COS(41)119, 23. 2. 1941, TNA, Cab 80/26/19; ferner COS(41)69, 25. 2. 1941, TNA, Cab 79/9/30; TNA, WO 193/252.
[229] Memorandum, 10. 7. 1940, JIC(40)162, TNA, Cab 81/97; Entwurf vom 9. 7. 1940, TNA, Adm 223/478; siehe auch Brinitzer, London, S. 57 f., 65.
[230] Memorandum des ISSB, 11. 7. 1940, JIC(40)164, TNA, Cab 81/97.

Bilder in der Presse verbreitet worden seien, die stärkere Bewaffnung und höhere Aktivität der RAF suggerierten – während reale Luftabwehrmethoden verschwiegen wurden.[231] Das ISSB entwickelte einen Plan, über Zeitungsartikel in der neutralen Presse deutsche Fallschirmjäger einzuschüchtern und zum Überlaufen zu bewegen.[232] Godfrey ergänzte Gerüchte über Minen in der Straße von Dover, um kurz darauf zu erfahren, dass ein solches Minenfeld tatsächlich aufgebaut wurde.[233] Campbell Stuart rief die Streitkräfte auf, einen breiteren Zugang zu ihren Einrichtungen für Medienvertreter zu schaffen, um den deutschen PK-Berichten etwas entgegensetzen zu können: „It is not desirable slavishly to imitate German propaganda, yet it has to be recognised that the Germans have made splendid use of these ‚front line reports' (frontberichte) for propaganda […].“[234] Solche Berichte könnten die „present propaganda campaign which aims at discouraging or misleading the Germans in their schemes of invasion“ unterstützen und die eigenen Luftangriffe auf Deutschland betonen.[235] Die COS stellten sich im November hinter diesen Plan:

> This is a matter in which the services can directly assist our propaganda by according all possible facilities, consistent with a reasonable regard for security, to the press, news reels, &c., particularly in actual theatres of operations. There is no reason to think that German security has been in any way compromised by the graphic record of operations which has been permitted on their side.[236]

Im Medienkrieg sollte verdeutlicht werden, dass Großbritannien zwar momentan in der Defensive sei, die Zeit aber für es arbeite.[237] Das War Office hatte hierzu bereits im August eine Kampagne angeregt, die zeigen sollte, dass Großbritannien trotz aller deutschen Angriffe und medialen Behauptungen nicht hungere – während die eigene Blockade Deutschlands zu wirken beginne.[238]

Die Wehrmacht auf der anderen Seite unterstützte ihre Angriffe auf Großbritannien mit der eigenen Medienarbeit und konzipierte ebenfalls im August 1940 eine Kampagne, die die Invasion begleiten sollte.[239] Gerade die Luftwaffe war nach dem Sieg über Frankreich im Medienkrieg gegen Großbritannien aktiv. Bereits im Juli meinte der Luftwaffenführungsstab, dass in Großbritannien versucht werde,

[231] Memorandum, 13. 7. 1940, JIC(49)166, TNA, Cab 81/97.
[232] Memorandum, 28. 7. 1940, JIC(40)213, TNA, Cab 81/98.
[233] Memorandum Godfreys, 25. 7. 1940, TNA, Adm 223/478; zum Minenfeld Schriftwechsel mit Director of Plans, 26. 7. 1940–1. 9. 1940, TNA, Adm 223/478.
[234] Department E.H., Enemy Propaganda ‚Front Line Reports', JIC(40)210, 25. 7. 1940, TNA, Cab 80/18/31.
[235] Ebd.
[236] PROPAGANDA POLICY. Joint Note by Directors of Plans, Intelligence, and Representatives of Ministry of Information and Special Operations Executive, Covering Draft Appreciation, 23. 10. 1940, COS(40)858(J.P.), TNA, Cab 80/21/10; zur COS-Unterstützung COS(40)375, 5. 11. 1940, TNA, Cab 79/7/50.
[237] COS(40)858, 23. 10. 1940, TNA, Cab 80/21/10.
[238] Memorandum, 14. 8. 1940, JIC(40)241, TNA, Cab 81/98; derartige Kampagnen blieben im Kriegsverlauf aktuell, so habe man Hamsterkäufe von Kleidung ausgelöst, History of NID 17 Z, S. 18, TNA, Adm 223/477.
[239] Eintrag zum 1. 8. 1940, Schramm (Hrsg.), OKW 1/1, S. 5.

die Luftwaffe als der RAF unterlegen darzustellen. Die Medienspezialisten der Wehrmacht entwickelten daraufhin eine Gegenkampagne.[240] Im August stellte sich Göring als Oberbefehlshaber der Luftwaffe hinter diese intensivierte Medienarbeit, deren Umsetzung der Pressestelle des Luftwaffenführungsstabes und den übrigen zuständigen Stellen oblag.[241] Die medialen Angriffe liefen auch weiter, als Hitler im September festgestellt hatte, dass die ‚Luftschlacht um England' nicht mehr gewonnen werden könne.[242] Während die Invasion selbst unwahrscheinlicher wurde, sollte Großbritannien auch durch Medienarbeit im Glauben gehalten werden, sie stehe bevor.[243] So sollte die Moral des Gegners weiter angegriffen und zugleich von der geplanten Offensive gegen die Sowjetunion abgelenkt werden.[244]

Am 21. Februar 1941 weihte Jodl Wedel in die Angriffspläne für das spätere Unternehmen ‚Barbarossa' ein.[245] WPr sollte die Irreführung der Gegner unterstützen und Kampagnen zur Einflussnahme auf die Sowjetunion vorbereiten.[246] In den folgenden Wochen wurde unter anderem die Illusion genährt, die Truppenverschiebungen nach Osten sollten tatsächlich Großbritannien täuschen und die Invasionspläne verschleiern.[247] WPr initiierte über 100 einzelne Irreführungsmaßnahmen, darunter mediale Verstärkungen der deutschen Ostgrenze, ähnlich der ‚Westwall'-Kampagnen bei Kriegsbeginn.[248] Auch machten Offiziere „verschmitzte Andeutungen" gegenüber ausländischen Journalisten, um sie zu falschen Meldungen zu verleiten.[249]

Während der Fokus des Wehrmacht-Medienkrieges in den Osten wanderte, wurden die britischen Streitkräfte offensiver, namentlich ihre Medienspezialisten.

240 Schreiben WPr an Luftwaffenführungsstab, 29. 7. 1940, BAMA, RW 4/238, Bl. 220.
241 Schreiben des Führungsstabes des Oberbefehlshabers der Luftwaffe, 22. 8. 1940, BAMA, RW 4/247, Bl. 241.
242 Raeder, Leben, S. 239–241.
243 KTB des OKW, 14. 9. 1940, Schramm (Hrsg.), OKW 1/1, S. 76; sowie Einträge vom 29. 10., ebd., S. 137 und 10. 1. 1941, ebd., S. 259; siehe auch Schramm (Hrsg.), OKW 1/1, S. 68 Ef.; ferner Doherty, Wireless, S. 59, 72; Christian Hartmann, Halder. Generalstabschef Hitlers 1938–1942, Paderborn ²2010, S. 217 f.; Wedel, Wehrmachtpropaganda 1, S. 61–63.
244 Die Medienarbeit war also nicht allein ein ‚Pausenfüller', wie Sommerfeldt, OKW, S. 77–79 andeutet.
245 WPr war damit vor dem RMVP informiert, Moll, Wehrmachtpropaganda, S. 126.
246 KTB des OKW, 21. 2. 1941, Schramm (Hrsg.), OKW 1/1, S. 333; Buchbender, Erz, S. 30 – beachte auch die Beobachtung, dass die Invasion Großbritanniens für die Medienspezialisten der Wehrmacht frühestens hier als Täuschung identifizierbar wurde. Vgl. auch Weisung Nr. 23, 6. 2. 1941, wiedergegeben in Hubatsch (Hrsg.), Weisungen, S. 100–103. Im Verhältnis zu den insgesamt angestrengten Täuschungsmanövern war die Medienarbeit nur ein kleiner Teil, Martin, Goebbels, S. 78–82.
247 Für Hitlers Anordnung siehe KTB des OKW, 4. 2. 1941, Schramm (Hrsg.), OKW 1/1, S. 303–305; ferner Buchbender und Schuh, Seele, S. 81; Sommerfeldt, OKW, S. 91; Wedel, Propagandatruppen, S. 50 f.; schon im Herbst 1940 war eine Tarnung der Truppenverschiebungen thematisiert worden, OKW, Unterlagen für Nachrichtendienst, 6. 9. 1940, Schramm (Hrsg.), OKW 1/2, S. 973.
248 Tagebucheintrag Halder, 10. 3. 1941, wiedergegeben in Halder, Kriegstagebuch 2, S. 307.
249 Wedel, Wehrmachtpropaganda 1, S. 61–63; siehe auch Cruickshank, Deception, S. 208–210; Schmidt-Scheeder, Hölle, S. 190–192; die Täuschungsoperationen mit Ausnahme der Invasionsdrohung wurden am 1. 9. 1941 eingestellt, KTB Op-Abt GSdH, 1. 9. 1941, Schramm (Hrsg.), OKW 1/2, S. 484.

Die Stabschefs hatten bereits im September 1940 erklärt, dass Medienarbeit künftig Teil des militärischen Vorgehens sein sollte, sie selbst aber nur noch einbezogen werden wollten, „when matters of high policy were involved."[250] Ein Beispiel für die von den COS geforderte Kooperation zwischen zivilen und militärischen Medienexperten war der Versuch, den deutschen U-Boot-Krieg medial abzuschwächen. Bereits im Frühjahr 1941 unterstützte Fregattenkapitän Ian Fleming die spätere Political Warfare Executive (PWE)[251] und ihren Propagandasender Gustav Siegfried Eins.[252] Auf Basis dieser Kooperation entstand die Naval Intelligence Division (NID) 17 Z, eine Abteilung für Untergrundpropaganda der Marine. Von hier aus arbeitete beispielsweise der Journalist und spätere Flottillenadmiral Donald McLachlan mit der PWE. Ziel der Abteilung war es, die Moral der deutschen U-Boot-Besatzungen zu untergraben.[253] Sie kooperierte mit der BBC, die im Juni bereits ein besonderes Programm für das deutsche Heer begonnen hatte.[254] Indirekt wurde für die Sendungen, die am 1. November begannen, auch mit den übrigen britischen Medien kooperiert; die nämlich beobachteten britische Radiosendungen und mussten daher gebeten werden, die für Deutschland entwickelten Meldungen nicht in Großbritannien zu verbreiten.[255] Die Kampagne galt bald als erfolgreich – weil die deutsche Medienarbeit darauf reagierte. So habe der „chief German naval spokesman" Lützow Großbritannien „unsportmanlike behavior" vorgeworfen.[256] Godfrey sah die Bemühungen in einem etwas anderen Licht. Seiner Meinung nach waren PWE und andere Spezialisten für Propaganda „troublesome" und ihre Arbeit sei aufwendig und bringe kaum Ergebnisse. Dennoch wollte er nicht behaupten, dass sie gar keine Ergebnisse zeitige, und weiter mit ihnen zusammenarbeiten, solange die COS „continue to think that it is a weapon which should not be despised".[257] Zwar hatten die Streitkräftespitzen Wert darauf gelegt, eine eigene Vision einer Nachkriegsordnung zu entwickeln und sie derjenigen des Nationalsozialismus gegenüberzustellen, um die gegnerische Moral zu schwächen und die eigene zu erhalten.[258] Die entsprechende Arbeit allerdings überließen sie den Medienspezialisten. Sie selbst konzentrierten

[250] COS(40)306, 11. 9. 1940, TNA, Cab 79/6/56.

[251] Zum Aufbau siehe Balfour, Propaganda, S. 91 f., zum weiteren Kontext anderer Einrichtungen, darunter Electra House und Special Operations Executive, siehe Taylor, Munitions, S. 224; siehe darüber hinaus Newcourt-Nowodworski, Propaganda, *passim*; Stenton, Radio, S. 6.

[252] Übersichtlich umrissen sind die Institutionen der britischen Propaganda bei Kriegsbeginn, die unter PWE zusammengefasst wurden, sowie deren Tätigkeiten bei Buchbender und Schuh, Seele, S. 29 f., hier auch zu den Kampagnen des Senders, S. 169–171; zur Kooperation mit der Marine siehe undatierte Geschichte der NID 17 Z, TNA, Adm 223/477, S. 1 f.

[253] Geschichte der NID 17 Z, TNA, Adm 223/477, S. 2 f.

[254] Ebd., S. 3.

[255] Schreiben des MoI aus dem Oktober 1941, TNA, Adm 223/477.

[256] Geschichte der NID 17 Z, TNA, Adm 223/477, S. 4–6; siehe auch Schreiben Godfreys, 4. 11. 1941, ebd.; Taylor, Munitions, S. 226.

[257] Subversive Propaganda. Admiralty Co-Operation with the Political Warfare Executive. A Review, 17. 1. 1942, TNA, Adm 223/477.

[258] COS(40)858, 23. 10. 1940, TNA, Cab 80/21/10.

sich auf die Medienarbeit, die eng mit dem operativen Geschäft verbunden war: die Irreführung.

Dies galt auch für Deutschland, obwohl hier zunächst noch einmal ein Schwerpunkt darauf gelegt wurde, die gegnerische Entschlossenheit zu unterminieren. Einige Tage vor dem Angriff auf die Sowjetunion am 22. Juni 1941 hatte Jodl die „Weisung für Propaganda im Fall Barbarossa" ausgegeben. Sie war zwar umfangreich, zugleich aber recht simpel gestrickt, da ein schneller Sieg erwartet wurde.[259] Als Gegner sollte die gewaltsam herrschende „jüdisch-bolschewistische Sowjetregierung" benannt werden. Ihre Völkerrechtsbrüche sollten akkurat dokumentiert werden, um ihr Ansehen zu untergraben. Die PK sollten neben der Kriegsberichterstattung, für die Telefone und Kuriere zur Verfügung gestellt wurden, auch helfen, die Medien in den eroberten Ortschaften unter deutsche Kontrolle zu bringen – was ihren Ausbau zu Propagandaabteilungen zur Folge hatte. Insbesondere Radiosender sollten durch „Vorauskommandos übernommen werden".[260] Bereits Hitlers Kriegsbegründung sollte die sowjetische Spitze delegitimieren. Es hieß, die durch den östlichen Nachbarn besetzten Teile Polens müssten unter dessen Regime leiden. Es sei daher Deutschlands Aufgabe, die durch die Sowjetunion besetzten Völker vor der Vernichtung zu retten.[261] Die Medien der Neutralen, an die sich diese Botschaft ebenfalls richtete, wurden für einige Tage durch das OKW intensiv beobachtet. Ein Ergebnis dieser Studien war, dass der deutsche Angriff auf seinen östlichen Nachbarn allgemein als ein Vorteil für Großbritannien gesehen wurde.[262] Die britischen Streitkräfte teilten diese Einschätzung ein Jahr später: Im Sommer 1942 urteilte das JIC, dass es nicht länger notwendig sei, die deutsche Medienarbeit auf geplante Operationen hin zu analysieren. Die Wehrmacht sei strategisch festgelegt und hätte keine Überraschungen mehr zu bieten.[263]

Diese Einschätzung erwies sich als korrekt. Allem medialen und militärischen Aufwand zum Trotz – über 2000 PK-Mitglieder waren am Angriff des Heeres im Sommer 1941 beteiligt[264] – gelang es der Wehrmacht nicht, den Krieg gegen Russland in einen Blitzkrieg zu verwandeln. Als im August die Anweisungen für die Medienarbeit überarbeitet wurden, lag ein Schwerpunkt darauf, die gegnerische Moral zu schwächen, die Rote Armee zur Kapitulation und die lokale Bevölkerung zur Kooperation aufzurufen.[265] Keitel hoffte sogar, die Aktionen gegen

[259] Buchbender und Schuh, Seele, S. 48 f.

[260] OKH, Gen Std H / H Wes Abt Nr. 164/41 g.Kdos./Chefs. 10. 6. 1941, BAMA, RH 2/2082, Bl. 76, anliegend die Weisungen OKW 144/41 g.Kdos.Chefs./WFSt/WPr., ebd., Bl. 77–82; siehe ergänzend OKH Gen. St. d. H.O.Qu.IV, B.Nr. 200/41 g.Kdos, 11. 6. 1941, wonach die PK, so Kapazitäten frei waren, gegnerisches Propagandamaterial sammeln sollten, BAMA, RH 2/2082, Bl. 134–139; ferner Propagandaplan Barbarossa 44754/41 gK/Chefs WPr 133/41 gK/Chefs.Ia, 19. 5. 1941, BAMA, RW 4/578.

[261] Allgemeine Haltung der Presse im Eventualfall Barbarossa, 22. 6. 1941, BAMA, RW 4/523.

[262] KTB des OKW, 23. 6. 1941, Schramm (Hrsg.), OKW 1/2, S. 409.

[263] JIC(42)218, 10. 6. 1942, TNA, Cab 81/108; vgl. Cruickshank, Deception, S. 206 f.

[264] Buchbender und Schuh, Seele, S. 48.

[265] OKW WFSt/WPr. Ia 486/41 g.K., 21. 8. 1941, BAMA, RW 4/578; Buchbender, Erz, S. 88–90; Martin, Goebbels, S. 116–120.

widerständige Zivilbevölkerung als Maßnahmen zu deren Schutz präsentieren zu können.[266] Dennoch blieb der schnelle Sieg aus. Vermehrt widmeten sich die Militärspitzen daraufhin wieder der Medienarbeit, die am engsten mit ihrer Operationsplanung verbunden war: der Irreführung des Gegners. Vor der großen Sommeroffensive 1942 sollte mit ihrer Hilfe die Aufstellung der sowjetischen Streitkräfte beeinflusst werden. Halder hoffte, Moskau als Operationsziel vortäuschen zu können, während tatsächlich Stalingrad und der Süden das deutsche Ziel waren.[267] Zu diesem Zweck wurden noch zu Beginn der Angriffe irreführende Angaben im Wehrmachtbericht gemacht.[268] Auch sollte erneut versucht werden, die russische Bevölkerung zu gewinnen. Um Bauern gegen Partisanen einzunehmen, setzte sich das Heer sogar erfolgreich gegen einige der ideologischen Grundzüge der deutschen Propaganda zur Wehr, die von Hitler verfügt worden waren. Die neuen Richtlinien aus dem September 1942 wiederholten jedoch nur das, was schon im Jahr zuvor vorgegeben worden war: Deutschland greife die Regierung an und wolle die Bevölkerung befreien.[269] Die deutschen Streitkräfte konnten mit dieser Medienarbeit ebenso wenig die Bevölkerung für sich vereinnahmen, wie sie auf ihrer Basis militärische Erfolge erzielen konnten.

Dennoch sollte auch die für den Sommer 1943 geplante Großoffensive ‚Zitadelle' durch Medienarbeit unterstützt werden. Ab April wurden Täuschungsmaßnahmen als Teil der Operationsplanung entwickelt.[270] Noch zu Beginn des Angriffs am 5. Juli erhielt Wedel von Jodl detaillierte Anweisungen. Die Berichterstattung sollte

> zwar der Angriffskraft und Leistung unserer Truppe gerecht werden, aber unsere diesjährigen Ziele im Osten verschleiern und damit der allgemeinen Kriegslage Rechnung tragen. Unsere eigentliche Absicht, eine Offensive nur mit begrenztem Ziel zu führen, dürfe nicht bekannt gegeben werden. Es sei daher zweckmäßig, dem Russen eine Offensive zuzuschieben, die, unmittelbar bevorstehend, teilweise schon begonnen hatte, aber an unserer Abwehr blutig scheiterte und im sofortigen Gegenangriff zu einer großen Vernichtungsschlacht erweitert werden konnte, bei der außerdem noch erheblicher Geländegewinn und eine bedeutende Frontbegradigung erzielt wurde. Eine solche Darstellung würde die Angriffskraft des Feindes herabsetzen und die Stärke unserer Abwehr und unserer Reserven im Osten betonen. Damit könne der Entschluß zu einer Entlastungsoffensive der Westmächte durch eine Großlandung möglicherweise bis zum Abschluß der derzeitigen Kämpfe im Osten hinausgezögert werden. Um von der Berichterstattung

[266] Notiz Keitel, 16. 9. 1941, Schramm (Hrsg.), OKW 1/2, S. 1069.

[267] KTB der kriegsgeschichtlichen Abteilung des OKW, 1. 4. 1942, Schramm (Hrsg.), OKW 2/1, S. 313 f.; siehe auch 5.4., ebd., S. 316.

[268] Schramm (Hrsg.), OKW 2/1, S. 73 f. In der deutschen Führung sorgte derweil ein in der westlichen Presse veröffentlichter Auszug der Anordnungen Hitlers für den Angriff für Aufruhr, Keitel, Leben, S. 366.

[269] OKH GSdH/GenQu, Abt. K. Verw. (Qu 4 A) II/2022/42 geh., 15. 3. 1942, BAMA, RW 4/330, Bl. 29; OKW 4500/42 g WFSt/WPr (AP), 1. 9. 1942, von Jodl gezeichnet, BAMA, RW 4/263, Bl. 7 f.; siehe auch Vortragsnotiz Fremde Heere Ost (II), 28. 7. 1942, BAMA, RH 2/2091; Messerschmidt, Wehrmacht, S. 328 f.; zum Kommissarbefehl und dem Unterschied zwischen Propaganda und Realität siehe Percy E. Schramm (Hrsg.), Kriegstagebuch des OKW 1943 (Bd. 3, Teilband 2), Augsburg 2005, S. 1515; Buchbender, Erz, S. 96–99, 104–109, 161–165.

[270] Rekonstruktion des OKW-KTB, 25. 4. 1943, Percy E. Schramm (Hrsg.), Kriegstagebuch des OKW 1943 (Bd. 3, Teilband 1), Augsburg 2005, S. 383; siehe auch Operationsbefehl Nr. 6 (Zitadelle), 15. 4. 1943, wiedergegeben in Hubatsch (Hrsg.), Weisungen, Anhang.

‚Zitadelle' abzulenken, wäre gleichzeitig im ‚Internationalen Informationsdienst' eine Untersuchung über feindliche Invasionsmöglichkeiten einzuleiten, die eine abschreckende Wirkung erzielen solle.[271]

All die mediale Unterstützung blieb wirkungslos: Bereits acht Tage nach ihrem Beginn endete ‚Zitadelle' – nicht ohne zwischenzeitlich von sowjetischer Seite als unwiderstehlicher Angriff dargestellt zu werden. Das OKW vermutete, dass dies den Druck auf die Westalliierten erhöhen sollte, eine zweite Front zu eröffnen. Tatsächlich war die Landung alliierter Einheiten auf Sizilien ein wesentlicher Grund dafür, dass die deutschen Operationen beendet wurden.[272]

Seit Dezember 1941 befand sich Deutschland auch mit den USA im Krieg. Gemeinsam mit diesen gelang es den britischen Streitkräften noch 1942, eigene Offensiven gegen Deutschland zu entwickeln.[273] Auch hier spielte die Medienarbeit eine wichtige Rolle, die den Gegner in die Irre führen sollte und die zur Chefsache erklärt worden war: Anfang 1942 hatte der Vice Chief of the Imperial General Staff Generalleutnant Archibald Nye betont, wie riskant es sei, wenn lokale Befehlshaber für eigene Irreführungspläne auf Presse und BBC zurückgriffen. Seien deren Kampagnen nicht mit der Gesamtkriegführung abgestimmt, könnten Heimat wie Neutrale enttäuscht werden.[274] „Deception," so versicherte er, sei „a weapon which cannot be discarded from our strategy." Dennoch, „a democracy at war cannot afford to risk loss of public confidence in the sincerity and honesty of its leaders. Grave damage to public morale can result." Daher schlug er vor, die Irreführung über die Medien künftig in die Verantwortung der Stabschefs zu legen. Am 11. Februar wurde dies im Gremium der Stabschefs beschlossen.[275]

Die erste großangelegte Täuschung der Westalliierten betraf die Operation *Torch*, die Landung alliierter Verbände unter Eisenhower in Nordafrika. Mit der *deception* für diese Operation war die im September 1941 gegründete London Controlling Section (LCS) beauftragt. Sie stellte später zwar fest, dass der Angriff vor allem wegen der guten Geheimhaltung eine Überraschung für die Gegner gewesen sei, während die Presse nicht habe genutzt werden können, um alternative Ziele zu simulieren,[276] dennoch spielte die Medienarbeit zur Einflussnahme eine Rolle bei der Irreführung.[277] Teils hatte sie einen sehr improvisierten, ja zufälligen

[271] Lagebericht des WFSt, 5. 7. 1943, Schramm (Hrsg.), OKW 3/2, S. 750.
[272] Schramm (Hrsg.), OKW 3/2, S. 1622–1624.
[273] In der zivilen Medienarbeit hatten die USA und Großbritannien bereits im Sommer 1941 erste Kontakte geknüpft, Lerner, Sykewar, S. 10–12.
[274] Guidance to Press, Memorandum des VCIGS, 6. 2. 1942, COS(42)94, TNA, Cab 80/34/18, auch folgende Zitate.
[275] COS(42)47, 11. 2. 42, TNA, Cab 79/18/14.
[276] COS(42)416(O) TORCH – Deception and Cover Plans, 26. 11. 1942, TNA, Cab 80/66/16; siehe auch LCS(42)6, 26. 11. 1942, TNA Cab 81/76. Die Bedeutung der britischen Geheimhaltung und schlechten deutschen Geheimdienstarbeit betont Cruickshank, Deception, S. 47 f.; bestärkt wird dies durch Walter Görlitz, Karl Dönitz. Der Großadmiral, Göttingen 1972, S. 53.
[277] Vgl. Tagebucheintrag Butcher, 29. 8. 1942, wiedergegeben in Butcher, Eisenhower, S. 97; siehe auch ebd., S. 134 f., 160 f., 171.

Charakter: Eisenhowers Marineadjutant Kapitän zur See Harry C. Butcher, der vor dem Krieg für Columbia Broadcasting System (CBS) gearbeitet hatte, ließ Winterschuhe in seinem Büro stehen, wenn er Medienvertreter empfing, um diese über eine nicht geplante Landung in Norwegen spekulieren zu lassen.[278] Die britische Presse nämlich hatte im September 1942 über eine mögliche Invasion Nordwestafrikas gemutmaßt. Die LCS hatte deswegen die Stabschefs alarmiert.[279] Diese wollten zwar aktuell nichts unternehmen „to guide Press Articles along safer channels as this might have undesirable repercussions…“ Allerdings sollte LCS nach Wegen suchen, die Spekulationen „into safer channels“ zu leiten, sollte dies notwendig werden.[280] Butchers Schuhe waren nicht Teil einer solchen Notfall-Umleitung. Sie zeigen aber, welche Bedeutung Medien in den Augen des Militärs für die Irreführung des Gegners hatten; immerhin wurden die eigenen Medienvertreter subtil manipuliert, um unerwünschte Berichterstattung zu vermeiden. Der Zufall spielte dabei keine geringe Rolle: Die Meldung, Eisenhower sei nach Washington gereist, während er tatsächlich für *Torch* in Gibraltar weilte, gelangte nach Deutschland, nachdem die Nachricht versehentlich in die US-Presse geraten und später von der britischen aufgegriffen worden war.[281] Dass die Medien auch gezielt und im großen Stil irregleitet wurden, zeigt sich daran, dass man die akkreditierten Kriegsberichterstatter dazu brachte, Winterkleidung mit sich zu führen, als sie sich für die Invasion einschifften; erst in Gibraltar erfuhren sie, dass sie diese nicht benötigen würden.[282] Das Fazit der LCS, es sei nicht möglich gewesen, die Presse zu nutzen, um den Gegner aktiv auf eine falsche Fährte zu locken, ist also mit Vorsicht zu genießen. Wenn die britischen Streitkräfte die Medien eher subtil zu beeinflussen versuchten und sie nicht, wie die Wehrmacht, befehlsmäßig einsetzten, entsprach dies ganz der politischen Kultur der beiden Länder und den jeweiligen Medienbildern.

Bei der Operation *Husky*, der alliierten Landung auf Sizilien 1943, war es kaum anders. Während zahlreiche, nicht zuletzt zivile, Stellen der Alliierten auf Wunsch Eisenhowers die Propaganda vorbereiteten,[283] konzentrierte sich LCS auf die Irreführung. Umfangreiche Medienstrategien spielten hierbei keine Rolle.[284] Stattdessen wurden Deutschland falsche Informationen über Wege zugespielt, zu denen auch als Offiziere hergerichtete Leichen mit gefälschten Papieren gehörten.[285] Die

[278] Tagebucheintrag Butcher, 8. 8. 1942, wiedergegeben ebd., S. 62 f.; es ist also nicht so, dass Journalisten nicht für Täuschungsoperationen genutzt wurden, Braestrup, Battle, S. 31.
[279] COS(42)(O)129 Publicity for Future Operations, 26. 9. 1942, TNA, Cab 79/57/40.
[280] COS(42)(O)136 ‚TORCH‘: Press Speculation, 3. 10. 1942, TNA, Cab 79/57/47.
[281] COS(42)416(O) TORCH – Deception and Cover Plans, Appendix I, S. 15, 26. 11. 1942, TNA, Cab 80/66/16; siehe auch COS(42)416(O) TORCH – Deception and Cover Plans, 26. 11. 1942, ebd.; LCS(42)6, 26. 11. 1942, TNA Cab 81/76.
[282] Tagebucheintrag Butcher, 7. 11. 1942, wiedergegeben in Butcher, Eisenhower, S. 190.
[283] COS(43)(O)35, ‚HUSKY‘. Propaganda and Psychological Warfare, 5. 3. 1943, TNA, Cab 79/59/35.
[284] LCS(43)4, Precis of Plan Barclay, 24. 4. 1943, TNA, Cab 81/77.
[285] Siehe Schriftwechsel und Memoranden in TNA, Adm 223/478. Für eine Darstellung Ben Macintyre, Operation Mincemeat. The True Spy Story that Changed the Course of World War II, London 2010.

Medienarbeit sollte allerdings auf Wunsch des Commander-in-Chief Middle East, General Wilson, helfen, den Widerstandswillen der italienischen Bevölkerung zu brechen. Hierfür sollte, wie im Ersten Weltkrieg für Österreich-Ungarn, eine positive Nachkriegswelt nach einem alliierten Sieg entworfen werden.[286] Churchill und Roosevelt persönlich widmeten sich dieser Aufgabe.[287] Die Streitkräfte ihrerseits sahen sich wieder mit der Frage befasst, was sie gegen Pressespekulationen über das Operationsziel unternehmen sollten, denn tatsächlich wurde Sizilien im Sommer 1943 als solches diskutiert. Die COS überlegten im Juni „to supply selected Editors with notes showing the arguments in favour of undertaking operations against other objectives in that area." Dazu kam es jedoch nicht, da die Presse von sich aus auf andere Optionen umschwenkte, namentlich Griechenland.[288] Zusätzlich simulierten die Streitkräfte mit falschem Funkverkehr und Manövern andere Ziele und sorgten dafür, dass hierüber genauso (wenig) berichtet werden konnte, wie es vor anstehenden Operationen üblich war.[289] Die Landung auf Sizilien war somit nicht allein ein operatives Problem für die Wehrmacht, die nun ihre Offensive in Russland unterbrach. Sie war auch ein Zeichen dafür, dass die britischen Streitkräfte die Medienarbeit inzwischen ebenso routiniert im Kontext ihrer Operationsplanung nutzten wie sie. Das nun also erreichte Gleichgewicht in der operativen Anwendung der Medienarbeit verschob sich im weiteren Kriegsverlauf, wie auch der militärische Erfolg, zugunsten der Alliierten.

Die Rückkehr des Wunschdenkens – Die letzten Kriegsjahre

Der Umfang der militärischen Medienarbeit der Wehrmacht, deren Schwerpunkt mit ‚Barbarossa' in den Osten verlegt worden war, erreichte 1943 seinen Höhepunkt, als eigene Waffengattung mit 15 000 Mann Personalstärke. Für militärische Berichterstatter existierte nun eine eigene Laufbahn – die Medienspezialisten waren endgültig in der militärischen Normalität angekommen. Vor dem Hintergrund der Niederlage von Stalingrad und der einsetzenden Rückzüge und Frontverkürzungen jedoch wurde die Medienarbeit reduziert.[290] Zunächst wurde die Kopfstärke der PK von 210 auf 125, im September 1944 dann auf 66 ver-

[286] COS(43)233(O), 2. 5. 1943, TNA, Cab 80/69/33.

[287] COS(43)345(O), 2. 7. 1943, TNA, Cab 80/71/24; COS(43)(O)145, 2. 7. 1943, TNA, Cab 79/62/12; zu einem taktischen Gerücht über einen Waffenstillstand Tagebucheinträge Brooke, 28.–30. 7. 1943, wiedergegeben in Brooke, Diaries, S. 434; Tagebucheintrag Butcher, 3. 7. 1943, wiedergegeben in Butcher, Eisenhower, S. 378.

[288] COS(43)(O)138, 26. 6. 1943, TNA, Cab 79/62/5; Cruickshank, Deception, S. 58 f.; die Spekulationen der britischen Medien entwickelten sich damit ähnlich wie die der Wehrmacht, siehe Lagebericht WFSt 25. 2. 1943, Schramm (Hrsg.), OKW 3/1, S. 160; 28. 2. 1943, ebd., S. 175.; Lagebericht WFSt 5. 7. 1943, Schramm (Hrsg.), OKW 3/2, S. 753.

[289] COS(43)475(O), 18. 8. 1943, TNA, Cab 80/73/25.

[290] Buchbender, Erz, S. 24–26, 228–241; Buchbender und Schuh, Seele, S. 20 f.; Kubetzky, Command, S. 79; Moll, Wehrmachtpropaganda, S. 112 f.; Schmidt-Scheeder, Hölle, S. 10, 402–406; Schröder, Kriegsbericht, S. 22 f.; Uziel, Propaganda, S. 172; Wedel, Propagandatruppen, S. 135.

ringert.[291] Die Kriegsberichterstattung wurde in eine Wehrmacht-Kriegsberichter-Abteilung ausgegliedert, jede Teilstreitkraft behielt eine Kompanie Berichterstatter und Ergänzungspersonal. Der Grund für diese Reformen war aber nicht allein, dass die Bevölkerung von der Medienarbeit „übersättigt" war, wie Wedel rückblickend meinte.[292] Das freigewordene Personal wechselte vielmehr zur „kämpfenden Truppe".[293] Dort sollte es Teil der bewaffneten Antwort auf die vorrückende Rote Armee sein. Die „Propaganda im Kriege ist nicht Selbstzweck, sondern gegenüber der militärischen Kriegführung sekundärer Natur," hatte die Seekriegsleitung bereits 1940 formuliert.[294] Dieser Einschätzung folgten mit der Rückbildung der Wehrmacht-Propagandatruppen nun Taten. Dennoch war die Medienarbeit nicht bedeutungslos geworden: Im September 1943 zog Wedel ins Führerhauptquartier, um die WPr von dort aus zu steuern.[295] Ihre neue Hauptaufgabe war fortan die hier nicht näher untersuchte Frontpropaganda, immer in der Hoffnung, dass Flugblätter und Lautsprecherdurchsagen die Rote Armee doch noch, zumindest lokal, zermürben könnten. Bereits im ersten Monat des Angriffs waren 64 Millionen Flugblätter abgeworfen worden.[296] Im Rahmen einer großangelegten Kampagne ab April 1943 überschritt ihre Zahl die Milliardengrenze.[297] Sie galten als wirksames Mittel, gegnerische Soldaten zum Überlaufen zu bewegen – ein Überläufer, der ein Flugblatt mitbrachte, wurde zum Erfolg der Frontpropaganda erklärt.[298]

Der in dieser Untersuchung im Mittelpunkt stehende Medienkrieg mithilfe der Massenmedien war jedoch mit den militärischen Erfolgen der Alliierten in die Defensive geraten. Zwar meinte der deutsche Gesandte in Italien, Rudolf Rahn, noch Anfang September 1943, man müsse sich bemühen, das Vertrauen zu Italien zu wahren und die italienische Moral wiederaufzurichten.[299] Das OKW allerdings teilte vor allem die Diagnose, dass der Kampfwille der dortigen Bevölkerung ge-

[291] Chef OKW 27/8, 1. 9. 1944, BA, R 55/20810, Bl. 1; siehe auch Wedel, Wehrmachtpropaganda 2, S. 15–17; sowie Übersichtstabelle in Bernd Sösemann (Hrsg.), Propaganda. Medien und Öffentlichkeit in der NS-Diktatur (Bd. 2), Stuttgart 2011, S. 765 f.

[292] Wedel, Propagandatruppen, S. 123; zum Glaubwürdigkeitsproblem ferner Balfour, Propaganda, S. 121.

[293] Abschrift von OKW Az. 11 b/h WFSt/Ag WPr/WPr I, Nr. 45/44 geh., Entwurf von Keitel gezeichnet, 27. 8. 1944, BA, R 55/20810, Bl. 2 f.; siehe auch Buchbender, Erz, S. 129–133; Schmidt-Scheeder, Hölle, S. 10, 402–406.

[294] Kriegstagebuch C VIII der Skl, Bd. 2, 1940, Anlage 46, 7. 11. 1940, BAMA, RM 7/202, Bericht auch gesondert in BAMA, RM 7/1154.

[295] Moll, Wehrmachtpropaganda, S. 130.

[296] WPr-Lagebericht 5590/41, 8. 8. 1941, BAMA, RW 4/339; beispielhafte Arbeitsberichte liefert z. B. die im Oktober 1941 mobilisierte Propagandaabteilung W, die im Heeresgebiet Mitte eingesetzt wurde, BAMA, RW 4/236; zur besonderen Wirksamkeit vgl. auch die in Fußnote 260 genannten Dokumente; siehe auch Tagesmeldung der Operationsabteilung des Generalstabs des Heeres, 2. 10. 1941, Schramm (Hrsg.), OKW 1/2, S. 674.

[297] Schreiben des Chefs der Abteilung Fremde Heere Ost an den Generalstabschef des Heeres, General Kurt Zeitzler, 3. 5. 1943, BAMA, RH 2/3114, Bl. 10; Buchbender, Erz, S. 243 f.

[298] Unterlagen zur Aktivpropaganda samt Entwicklung der Flugblätter von 1941 bis 1943, 3. 3. 1943, BAMA, RW 4/263, Bl. 2–6; Buchbender, Erz, S. 288–292; Martin, Goebbels, S. 114.

[299] Schreiben Rahn, 4. 9. 1943, Schramm (Hrsg.), OKW 3/2, S. 1054.

brochen sei.[300] Dies, so hieß es im Generalstab des Heeres, sei insbesondere eine Folge der gegnerischen Medienarbeit: „Die Feindpropaganda, vor allem durch den Rundfunk, der in Italien regelmäßig und ohne Scheu abgehört wird, beherrscht die Stimmungsbildung. Sie ist aktiv, geschickt und auf die Psyche der Bevölkerung abgestimmt.“[301]

Was für Deutschland im Einklang mit der Dolchstoßlegende eine Erklärung für den Abfall der verbündeten Nation war, war für die britischen Medienspezialisten die Bestätigung ihrer Wirkmacht im positiven Sinne.[302] Denn tatsächlich hatten sich die COS schon im Oktober 1940 mit dem Vorschlag des MoI und des Foreign Office befasst, die italienische Bevölkerung mit Rundfunksendungen aus Malta zu beeinflussen. Italiener seien „particularly susceptible to this form of attack as they were more intelligent and less dragooned than the Germans. The success of our efforts would depend on the number and power of the broadcasting stations that could be made available.“[303] Sie ließen auf Malta einen Kurzwellensender unter MoI-Aufsicht aufstellen und einen Mittelwellensender in den USA bestellen.[304] Das übergeordnete Ziel war es, Italien als Kriegsgegner unschädlich zu machen.[305] Die Medienarbeit war allerdings, wie die COS im Dezember 1940 betonten, nur ein Teil einer auf mediale, wirtschaftliche und militärische Mittel setzenden Gesamtstrategie. Ihre Aufgabe war es, die italienische Bevölkerung von Deutschland zu entfremden und gegen die eigene Regierung aufzubringen.[306] Als alliierte Streitkräfte drei Jahre später tatsächlich in Italien landeten, sollte die Medienarbeit einen weiteren Sinneswandel herbeiführen: Mit der Rückendeckung der COS erklärte Eisenhower im August 1943, dass auch mit ihrer Hilfe Italien zu einer Demokratie gemacht werden sollte, die gemeinsam mit den Alliierten gegen Deutschland kämpfen würde.[307] Etwa ein Jahr später, im Oktober 1944, bestätigte der Direktor der Psychological Warfare Branch (PWB) in Italien diese Ziele. „[T] hrough the media of press, radio, films, etc,“ sollte „greater effort in the war against the common enemy and in the reconstruction of a democratic, healthy ITALY“ in

300 Lagebericht WFSt 25. 7. 1943, SCHRAMM (Hrsg.), OKW 3/2, S. 832.

301 GSdH, Notiz zu Italien, 10. 12. 1943, gez. Metz, SCHRAMM (Hrsg.), OKW 3/2, S. 1474–1476.

302 Die Medienspezialisten der Alliierten betonten später ihre Rolle hinter Badoglios Waffenstillstandserklärung, RICHARD H. S. CROSSMAN, Supplementary Essay, in: Daniel Lerner, Psychological Warfare Against Nazi Germany. The Sykewar Campaign, D-Day to VE-Day, Cambridge 1971, S. 323–346, hier S. 327–329.

303 COS(40)336, 4. 10. 1940, TNA, Cab 79/7/11.

304 Ebd.; COS(40)794, 1. 10. 1940, TNA, Cab 80/19/57. Der Ausbau eines Sendernetzes für die eigene Propaganda blieb nicht auf den Mittelmeerraum beschränkt, sondern erfolgte z. B. auch in Fernost, vgl. COS(40)960, 20. 11. 1940, TNA, Cab 80/23/10 und COS(40)402, 25. 11. 1940, TNA, Cab 79/8/2. Der Sender im Mittelmeerbereich kam im Sommer 1941, nach dem Fall Griechenlands wieder zur Sprache, COS(41)346, 3. 6. 1941, TNA, Cab 80/28/46. Vor allem wurde Gibraltar als Standort diskutiert, COS(41)203, 6. 6. 1941, TNA, Cab 79/12/3; erlaubt wurde ein dortiger Sender in COS(41)227 am 27. 6. 1941, TNA, Cab 79/12/27.

305 COS(40)885, 31. 10. 1940, TNA, Cab 80/21/45; Besprechung in COS(40)364, 29. 10. 1939, TNA, Cab 79/7/39 und COS(40)368, 1. 11. 1940, TNA, Cab 79/7/43.

306 COS(40)1037, 19. 12. 1940, TNA, Cab 80/24/50; Besprechung in COS(40)430, 17. 12. 1940, TNA, Cab 79/8/30 und COS(40)434, 20. 12. 1940, TNA, Cab 79/8/34.

307 Schreiben vom 29. 8. 1943, TNA, WO 106/4578.

der italienischen Bevölkerung mobilisiert werden.[308] Im März 1945, nach dem Ende der Pressekontrolle durch die Alliierten erklärte die italienische Presse in Leitartikeln immerhin, PWB habe es geschafft, „a sense of citizenship“ in den italienischen Medien zu verankern.[309] Die starken Medienwirkungsannahmen der Alliierten wurden somit zumindest zum Teil ‚belegt‘.[310]

Obwohl die Medienarbeit für Italien ein Musterbeispiel dafür ist, dass sie den Streitkräften Wege zu eröffnen schien, für die es in ihrem Portfolio ansonsten keine Mittel gab, konzentrierte sich die alliierte Führung auch weiterhin auf die Irreführung des Gegners. Diese galt insbesondere vor der Operation *Overlord* als notwendig, der Landung, mit der die Alliierten in der Normandie die zweite Front eröffnen wollten, nach der Josef Stalin seit Langem verlangte. Für die Tarnung der Landeoperation arbeiteten ab 1943 verschiedene Gremien der Alliierten, darunter LCS, zusammen.[311] Über zahlreiche Deckoperationen sollte Deutschland vorgegaukelt werden, die Alliierten bräuchten für ihre Landung Hafenanlagen, und sie würden an verschiedenen Stellen angreifen, vor allem bei Calais, aber auch in Norwegen.[312] Da absehbar war, dass sich die Tatsache einer geplanten Landung nicht würde verbergen lassen, sollten zumindest die Art und Weise, der genaue Ort und die genaue Zeit verschleiert werden.[313] Darüber hinaus entbrannte im Vorfeld der Landung eine regelrechte Propagandaschlacht: Deutschlands Führung befürchtete seit dem britischen Angriff auf Dieppe eine Landung in Frankreich. Daher war mit dem Bau des ‚Atlantikwalls‘ begonnen worden, den der Oberbefehlshaber West Generalfeldmarschall Gerd von Rundstedt als „Propagandaübung“ sah.[314] Britische Hinweise auf die bevorstehende Operation sollten im Gegenzug für Unruhe in Deutschland sorgen.[315] Tatsächlich befand sich die Wehrmacht nun in der Situation, in der ihre Gegner zu Kriegsbeginn gewesen waren: Sie bemühte sich, aus der Medienarbeit der Alliierten deren Pläne zu erfahren. Die Alliierten nutzten dies, um über gezielte Informationslecks falsche Eindrücke über ihre Vor-

[308] Notiz vom 17. 10. 1944, TNA, WO 204/770; vgl. Überlegungen in TNA, WO 204/799.

[309] Interner PWB-Bericht, 10. 3. 1945, TNA, WO 204/6310.

[310] Ähnliche Ziele wurden nach Kriegsende im besetzten Deutschland verfolgt, siehe beispielsweise Kurt Koszyk, The Press in the British Zone of Germany, in: Nicholas Pronay und Keith Wilson (Hg.), The Political Re-Education of Germany & Her Allies After World War II, London 1985, S. 107–138, besonders S. 108 f., 114–118, 122 f.; beachte ferner Vincent Porter und Suzanne Hasselbach, Pluralism, Politics and the Marketplace. The Regulation of German Broadcasting, London 1991, S. 27.

[311] Haswell, Landings, S. 119 f.

[312] Ebd., S. 106–109, 123–132; Cruickshank, Deception, S. 116; ferner Jeffery A. Smith, War and Press Freedom. The Problem of Prerogative Power, New York 1999, S. 206.

[313] Walter Millis (Hrsg.), The War Reports of General of the Army George C. Marshall, Chief of Staff, General of the Army H. H. Arnold, Commanding General, Army Air Foces, Fleet Admiral Ernest J. King, Commander-in-Chief, United States Fleet and Chief of Naval Operations, Philadelphia 1947, S. 359; zu Klagen über Pressespekulationen siehe z. B. Schreiben des Air Ministry, 5. 1. 1944, TNA, WO 106/4073; sowie Notiz des JIC, 16. 5. 1944, TNA, Cab 81.

[314] Andreas Hillgruber, Von Rundstedt, in: Michael Carver (Hrsg.), The War Lords. Military Commanders of the Twentieth Century, Boston 1976, S. 188–201, Zitat S. 195, Übersetzung CG.

[315] Memorandum, vermutlich 22. 9. 1943, TNA, Cab 80/75/55.

bereitungen zu erwecken.[316] Es war jedoch vor allem die zutreffende Bekanntmachung, Eisenhower solle die alliierten Streitkräfte in Europa kommandieren, die die Wehrmacht als Teil des Medienkrieges gegen die deutsche Moral sah.[317] Jodl wollte als Gegenmaßnahme die eigenen Kenntnisse über die alliierten Pläne publizieren, um diese von der Operation abzuhalten; dies jedoch wurde von Hitler untersagt.[318] Allerdings nutzte Deutschland zivile Verluste durch die Luftangriffe auf das französische Verkehrsnetz, die *Overlord* vorausgingen, um Politiker in Großbritannien und den USA in Erklärungsnöte zu bringen.[319] Schließlich spielte wie schon bei den vorangegangenen Landeoperationen auch der Zufall wieder eine Rolle: Kurz vor dem eigentlichen Invasionstermin wurde versehentlich die Nachricht veröffentlicht, die Invasion habe begonnen. Die Wehrmacht sah hierin jedoch laut dem Chefzensor des MoI, Admiral Thomson, einen Irreführungsversuch und reagierte dementsprechend nicht.[320]

Auch nach der Landung blieb die Medienarbeit samt der Irreführung ein wichtiger Bestandteil der Operation.[321] Eisenhower, der während der vorangehenden Geheimhaltung dafür eingetreten war, „good relations with the Press" zu erhalten, indem sie mit „other background material"[322] versorgt wurde, griff dafür auf eine ihm unterstellte Psychological Warfare Divison zurück. Deren Auftrag war es, die Kriegführung der Alliierten durch Medienarbeit, vor allem durch Frontpropaganda zu unterstützen.[323] Sein Stabschef Generalleutnant Frederick Morgan hatte im Herbst zuvor die Vorbereitungen begonnen, die Erfahrungen der bisherigen Operationen in Nordafrika dienten als Vorbild.[324] Am Tag der Landung, dem *D-Day*, wurden Kommentare der beteiligten Militärbefehlshaber ausgegeben, die so abgestimmt waren, dass sie die Wehrmacht im Unklaren darüber ließen, ob dies die zweite Front sei oder nur ein von Jodl erwarteter Ablenkungsangriff.[325] Gerade Eisenhower hoffte darüber hinaus auf weitergehende Medienwirkungen. Namentlich spekulierte er darauf, dass die Medienarbeit die Kämpfe für seine Armeen erleichtern könne, indem sie die deutsche Moral kollabieren ließe.[326] Bereits im Herbst 1943 hatte das JIC erklärt, dass ein Zusammenbruch Deutschlands

[316] Eisenhower, War, S. 117 f.
[317] KTB des OKW, Percy E. Schramm (Hrsg.), Kriegstagebuch des OKW 1944–1945 (Bd. 4, Teilband 1), Augsburg 2005, S. 82.
[318] Sommerfeldt, OKW, S. 130 f.
[319] Tedder, Memoirs, S. 538 f.
[320] Thomson, Admiral, S. 193 f.
[321] Dies zeigt schon die starke Präsenz von Kamerateams, Mackenzie, Films, S. 93, 108, 120 f., 127.
[322] COS(44)(O)21, 24. 1. 1944, TNA, Cab 79/69/21.
[323] Siehe Lerner, Sykewar, *passim*, zu den Zielen besonders S. 43 f.
[324] Morgan an COS, 7. 9. 1943, sowie angehängtes Memorandum, TNA, Air 37/1227; siehe auch COS(43)521(O), 10. 9. 1943, TNA, Cab 80/74/23; siehe auch Organisationsbeschreibung, 30. 12. 1943, TNA, Air 37/1227; sowie Balfour, Propaganda, S. 101.
[325] LCS(44)14, 24. 5. 1944, TNA, Cab 81/78; Martin, Goebbels, S. 150 f.
[326] Dass Eisenhower von der Wirkung der Medienarbeit überzeugt war, äußerte er nach dem Sieg über Deutschland gegenüber dem Kommandeur der Psychological Warfare Division, Brigadegeneral Robert A. McClure, siehe Lerner, Sykewar, S. 285 f.

wie 1918 erreicht werden könne.[327] Dazu müssten allerdings seine Alliierten ausgeschaltet, seine Armeen geschlagen – faktisch also der Krieg entschieden – und eine „vigorous political and propaganda campaign“ geführt werden.[328] Eine eben solche wollte Eisenhower im Juli 1944 starten. Brooke, Portal und Cunningham jedoch zögerten: Zuerst müsse man substantielle Erfolge vorweisen können.[329] Infolge eines Einwandes ihrer US-Kollegen erklärten sie die Entscheidung im August zu einer politischen Frage und gaben sie an die Staatschefs ab.[330] Im November wollte Eisenhower erneut zum medialen Schlag ausholen. Insbesondere sollte die eigene Medienarbeit die NS-Propaganda bekämpfen, die er als wesentlichen Grund für die noch immer aufrecht erhaltene Moral der Wehrmacht und der deutschen Bevölkerung sah. Die COS stimmten ihm zu.[331] Doch wieder kam es nicht dazu: Churchill und Roosevelt schalteten sich ein. Sie hielten den Zeitpunkt für verfrüht, die Kampagne wurde verschoben.[332]

In Deutschland geriet die Medienarbeit derweil zunehmend in den Bereich des fanatischen Wunschdenkens. Gleich mehrfach vernichteten ‚Vergeltungswaffen‘ in der Darstellung des RMVP London. Die SS dominierte mehr und mehr auch die der Wehrmacht zuletzt so wichtige Frontpropaganda.[333] Zwar meinten Medienspezialisten der Streitkräfte noch im Januar 1945, „[d]er Einsatz der Kriegsberichter ist nach wie vor von kriegswichtiger Bedeutung;“[334] die Wehrmachtspitze ging derweil angesichts des absehbaren Zusammenbruchs dazu über, einen altbekannten Zweck der Medienarbeit wiederzubeleben. Sie sah im Medienkrieg eine Erklärung für die eigene militärische Lage und einen Weg, die militärische Krise zwar nicht zu überwinden, zumindest aber zu rationalisieren. Die zunehmenden Desertionen, so heißt es im Lagebuch des Wehrmachtführungsstabes, seien nicht etwa auf die Kriegslage zurückzuführen, sondern auf die Medienarbeit der Gegner.[335]

Davon abgesehen befand sich die Medienarbeit der Wehrmacht etwa in der Situation, in der ihr britisches Gegenüber zu Kriegsbeginn gewesen war. Sie sollte helfen, die geringen verbliebenen Spielräume zu erhalten. Noch im Frühjahr 1944 hatte die Kriegsmarine gehofft, mithilfe der Medienarbeit verbergen zu können, dass sie kaum noch militärisch handeln konnte. So wollte sie verhindern, dass die Royal Navy ihre Vorsichtsmaßnahmen fahren ließ und sich ganz auf die Offensive konzentrierte.[336] Am Ende des Jahres, als der ‚Schnorchel‘ auf deutschen U-Boo-

[327] JIC(43)367, 9. 9. 1943, TNA, Cab 81/117.
[328] Ebd.
[329] COS(44)(O)230, 11. 7. 1944, TNA, Cab 79/77/14.
[330] COS(44)(O)281, 19. 8. 1944, TNA, Cab 79/79/21; siehe auch EISENHOWER, War, S. 353.
[331] COS(44)(O)377, 22. 11. 1944, TNA, Cab 79/83/7; AMBROSE, Eisenhower, S. 544 f.
[332] COS(44)(O)380, 24. 11. 1944, TNA, Cab 79/83/10; siehe auch AMBROSE, Eisenhower, S. 544 f.
[333] Zu den ‚V-Waffen‘ SOMMERFELDT, OKW, S. 141–143; zur SS-Frontpropaganda BUCHBENDER und SCHUH, Seele, S. 21 f., 61–63, 86 f.; vgl. auch oben, Kapitel 7.1.
[334] Einsatz der Kriegsberichter, OKM, Presse- und Filmabteilung, 26. 1. 1945, BAMA, RM 7/1915, Bl. 27.
[335] Lagebuch WFSt, 15. 2. 1945, SCHRAMM (Hrsg.), OKW 4/2, S. 1097.
[336] Ankündigung der Konferenz in 1/Skl I cd 16596/44 g, 5. 5. 1944 und Protokoll, 16. 5. 1944, BAMA, RM 7/1915, Bl. 87, 88–90.

ten eingeführt wurde und noch einmal Hoffnungen auf operative Möglichkeiten weckte, blieb als Medienstrategie nur noch eines: Schweigen – und hoffen, dass Gegenmaßnahmen so lange ausblieben wie möglich.[337]

In Schweigen endeten auch die letzten Versuche, die Medienarbeit zur Einflussnahme auf den Kriegsverlauf zu nutzen. Einen unternahm ein Mitglied der NSDAP am 5. Mai. Über den Rundfunksender in Wilhelmshaven rief es zu Widerstand gegen den Waffenstillstand auf. Montgomery, der für die Alliierten vor Ort die Verhandlungen leitete, protestierte, woraufhin „energisch durchgegriffen" wurde, wie es im Kriegstagebuch des nördlichen OKW hieß.[338] Der Widerstand blieb aus. Drei Tage später gab das OKW im Rundfunk den Waffenstillstand bekannt: „Diese Bekanntmachung gilt für jeden Mann als Befehl, der auf dem militärischen Dienstwege einen solchen nicht erhalten haben sollte."[339] In gewisser Weise hatte die Wehrmachtführung so mithilfe der Medienarbeit den Krieg beendet.[340] Ihre Medienarbeit selbst endete zwei Wochen darauf. Am 17. Mai 1945 berichtete der *Daily Telegraph*, dass das Oberkommando der Kriegsmarine über Rundfunk verbreitet habe, nichts von den Vorgängen in den Konzentrationslagern gewusst zu haben. Brooke, Portal und insbesondere Cunningham waren ob dieses Rechtfertigungsversuchs empört. Eisenhower sollte einschreiten; er meldete fünf Tage darauf, dass die illegalen Sender in Flensburg und Satrup geschlossen worden seien.[341] Einen Tag später hörten die deutsche Regierung und das Oberkommando der Wehrmacht auf zu bestehen.[342]

Wie das deutsche, so hatte sich auch das britische Militär der Medienarbeit bis zum Kriegsende gewidmet. Als Sieger im Krieg sah es sie denn auch unvermindert als wirksam an. Anders als nach dem Ersten Weltkrieg war sie auch nicht mehr derart negativ besetzt; sie war keine Neuheit mehr und konnte im positiven Sinne für die richtigen Ziele eingesetzt werden, namentlich die Verbreitung von Freiheit und Demokratie, wie das italienische Beispiel gezeigt hatte. In diesem Sinne blieb sie auch nach dem Zweiten Weltkrieg von großer Bedeutung.

[337] Seekriegsleitung, B. Nr. 1.Skl. I b 3648/44 gK.Chefs., 3. 12. 1944, BAMA, RM 7/189, Bl. 304–309; zum ‚Schnorchel' siehe auch oben, Kapitel 3.2.3.

[338] KTB Nord, 5. 5. 1945, Schramm (Hrsg.), OKW 4/2, S. 1477.

[339] KTB Nord, 8. 5. 1945, ebd., S. 1484 f., Zitat S. 1485.

[340] Für die Medienarbeit der alliierten Streitkräfte zum Kriegsende, namentlich zur Unterzeichnung der Kapitulation, siehe Tagebucheintrag Butcher, 6. 5. 1945, wiedergegeben in Butcher, Eisenhower, S. 824–826; Eisenhower, Kreuzzug, S. 488 f.; Eisenhower, War, S. 789.

[341] COS(45)131, 17. 5. 1945, TNA, Cab 79/33/17; COS(45)133, 22. 5. 1945, TNA, Cab 79/33/19.

[342] KTB Nord, 23. 5. 1945, Schramm (Hrsg.), OKW 4/2, S. 1507; zur fortgesetzten (inoffiziellen) Tätigkeit der ehemaligen Medienspezialisten der PK siehe Uziel, Propaganda, S. 341–418.

8. Fazit: Medienarbeit ohne Grenzen (nach 1945)

Ziel dieser Untersuchung war es, die Dynamiken der Geschichte der militärischen Medienarbeit Deutschlands und Großbritanniens in der ersten Hälfte des 20. Jahrhunderts besser zu verstehen, als dies unter dem Einfluss des Propagandasyndroms möglich ist. Letzteres nimmt eine wunschgemäße Medienwirkung als Erklärung der Medienarbeit an und leitet aus der stattfindenden Medienarbeit wiederum eben diese Medienwirkung ab. In dieser Studie sollte gezeigt werden, dass messbare Medienwirkungen letztlich kaum eine Rolle für die Entwicklung der militärischen Medienarbeit spielten. Es waren andere Faktoren, die sie prägten, die hinter Unterschieden und Gemeinsamkeiten zwischen Deutschland und Großbritannien, hinter Kontinuitäten und Wandel in der Interaktion von Militär und Medien standen. In diesem letzten Kapitel arbeite ich diese Faktoren überblicksartig heraus. Eingebettet in das Fazit sind ausblickartige Schlaglichter auf die Situation der militärischen Medienarbeit in Großbritannien nach dem Zweiten Weltkrieg, die die bisherige Argumentation noch einmal untermauern.[1]

Friedens- und kriegstypische Medienstrategien – Der Einfluss von Frieden und Krieg auf die Medienarbeit

Dass die Medienarbeit, wie es beispielsweise im Kontext der Dolchstoßlegende hieß, die Macht gehabt haben könnte, die Weltkriege zu beenden (oder auszulösen), ist nicht glaubwürdig.[2] Was aber bedeuteten die Kriege, genauer: der Unterschied zwischen Krieg und Frieden, für die militärische Medienarbeit? Zunächst einmal lassen sich friedens- und kriegstypische Ziele der Medienstrategien erkennen. Dieser Unterschied war aber keinesfalls in Stein gemeißelt.

Die im Frieden etablierten Medienstrategien der Einflussnahme zielten auf Ansehen und Ressourcen ab und richteten sich an Zielgruppen im eigenen Land. Dies galt bei Fisher und Tirpitz ebenso wie bei Beatty oder Fritsch. Beide Ziele blieben auch im britischen Militär der Nachkriegszeit von Bedeutung. Bereits im März 1946 klagte der Adjutant General, General Sir Ronald Forbes Adam, „[w]ith the change over from war to peace conditions, the attitude of the Press and of the public towards the Services has undergone a considerable change." Die Presse berichte nur noch über „complaints, troubles and sensational news which puts the Services in a poor light – in fact, everything which serves to lower the reputation of the Services – while cinemas are unwilling to exhibit films dealing with Service subjects." Dies bedeute „considerable damage […] to the morale of Ser-

[1] Zur Rolle der Medienspezialisten der Wehrmacht, nachdem diese zu bestehen aufgehört hatte, siehe Uziel, Propaganda, S. 24, 341–418.

[2] Siehe beispielsweise zum Beginn des Ersten Weltkriegs Geppert, Pressekriege, S. 341 f., 347–349, 418–420 und besonders 433 f.; zum Ende des Zweiten Weltkriegs Balfour, Propaganda, S. 439; Lerner, Sykewar, S. 270–272, 286 f., 290, 316. Zur Dolchstoßlegende siehe oben, Kapitel 4.2 sowie 6.

vice men and to the appeal of Service life to the youth of the country, and recruiting cannot make headway in face of such an unfavourable atmosphere."[3] Adam forderte, Presse, BBC und Filmwirtschaft auf höchster Ebene anzusprechen, um zunächst das Ansehen des Militärs allgemein zu heben, damit konkrete Kampagnen, etwa für Rekruten, überhaupt wieder denkbar würden.[4] Sein Vorschlag fand die Zustimmung der COS.[5] Das britische Militär knüpfte damit an die Vorgehensweisen der Zwischenkriegszeit an und bestätigte den Wandel, den die Wahrnehmung der Medienarbeit im Ersten Weltkrieg durchgemacht hatte: von einer Möglichkeit, zusätzliche Ressourcen zu erlangen, hin zu einer obligatorischen Aufgabe, um den eigenen Bestand zu sichern. Es war eine Aufwertung der Medienarbeit, die durchaus nicht auf das Militär beschränkt, sondern auch auf wirtschaftlichem und politischem Feld zu beobachten war. Diese Bedeutungszunahme war aber nicht die einzige Veränderung, die die friedenstypischen Medienstrategien im Verlauf des Untersuchungszeitraums erfahren hatten. Sie hatten sich auch über den Frieden hinaus in den Krieg ausgebreitet: Während Tirpitz im Ersten Weltkrieg darauf verzichtet hatte, seinen Dekaden umspannenden Plan für die Flottengesetzgebung weiter zu propagieren und die Medienarbeit für Ressourcen und Ansehen der britischen Streitkräfte weitgehend durch zivile Stellen ergänzt oder übernommen worden war, war im Zweiten Weltkrieg von derartiger Zurückhaltung nichts mehr übrig. Führende Streitkräftevertreter wie Raeder oder Portal ließen ihre Medienexperten die entsprechenden Medienstrategien unvermindert fortsetzen. Teils wurden sie auch ausgedehnt – im Fall des britischen Militärs sogar über die Grenzen des eigenen Landes hinaus auf die USA.

Ein ähnlicher Ausweitungsprozess fand bei der kriegstypischen Medienarbeit statt. Die Idee des Medienkriegs entstand vor dem Ersten Weltkrieg im Nachrichtenbüro der deutschen Marine als Rechtfertigung für das eigene Bestehen im Krieg. Als dieser begonnen hatte, dominierten in beiden Streitkräften zunächst Versuche, die Moral der Heimat zu stützen. Von der deutschen Marine ausgehend setzten sich daneben im Kriegsverlauf rasch Medienstrategien durch, die auf die Unterstützung durch die Neutralen abzielten, etwas später gefolgt von solchen, die die Gegner direkt schwächen sollten. Beides trug die Medienarbeit zur Einflussnahme über die nationalen Grenzen hinaus und schuf so ganz neue Einsatzgebiete für die Medienspezialisten. Dies galt umso mehr, als bereits im Ersten Weltkrieg in Deutschland die Idee und in Großbritannien die Befürchtung aufkam, dass dieser auf das Ausland zielende Medienkrieg eben nicht auf die Kriegszeit beschränkt sein müsse, sondern auch im Frieden verfolgt werden könnte. Ganz so, wie er die räumlichen Grenzen des Krieges überschritten hatte, als Neutrale zu Zielgruppen geworden waren. In der Zwischenkriegszeit zeigte sich dann, dass die Annahmen beider Streitkräfte korrekt gewesen waren. Nach einer Phase der Zurückhaltung in den 1920er Jahren griff zunächst das deutsche

[3] Memorandum Adams, 21. 3. 1946, COS(46)85, TNA, Cab 80/53/74.
[4] Ebd.
[5] COS(46)39, 13. 3. 1946, TNA, Cab 79/46/1.

Militär unter Groener auf die Idee des Medienkriegs zurück; die britischen Streitkräfte folgten am Ende der 1930er Jahre. Entsprechend wurde der Zweite Weltkrieg von Beginn an von beiden Seiten als Medienkrieg verstanden, auch wenn das deutsche Militär in der Umsetzung zunächst einen Vorsprung hatte. Nach Kriegsende gab auch das britische Militär den Medienkrieg nicht wieder auf. Die 1946 neu besetzten Stabschefs, CAS Luftmarschall Sir Arthur Tedder, CIGS Montgomery und First Sea Lord Admiral Sir John Cunningham, sahen es als notwendig an, den „cold war" zusammen mit dem Foreign Office auch als Medienkrieg zu führen.[6] Ein Jahr später, Montgomery war inzwischen durch General William Slim und Cunningham durch Fraser ersetzt worden, betonte Letzterer, wie zu Beginn dieser Untersuchung bereits zitiert, „that much more can be done by propaganda and other means to develop the offensive in the Cold War."[7] Während des Koreakriegs meinten ihre Vertreter gar, dass der Medienkrieg nun von noch größerer Bedeutung sei als in einem „hot war."[8] Insbesondere galt dies für den für Großbritannien wichtigen Nahen Osten, wo die „ineffectiveness of Allied propaganda" eine große Sorge war, insbesondere im Vergleich zu derjenigen der Sowjetunion.[9] Bedenkt man, dass die britischen Streitkräfte denjenigen der Sowjetunion rechnerisch weit unterlegen waren, lassen sich hier deutliche Parallelen zum Einsatz des Medienkriegs durch das deutsche Militär in der Zwischenkriegszeit erkennen, das mit seiner Hilfe ebenfalls die eigene ‚Schwäche' auszugleichen gesucht hatte. Deshalb zählte das britische Militär auf die Medienarbeit als „most important single cold war deterrent to premediated Russian aggression."[10] Es sah im Medienkrieg einen Weg, in einer Situation zu handeln, in der es ansonsten nicht viel bewegen konnte und zählte daher auf die kriegstypische Medienarbeit – im Frieden.[11]

Am Ende des Untersuchungszeitraums waren die kriegs- und friedenstypischen Medienstrategien durchaus noch zu erkennen. Allerdings waren sie nicht länger kriegs- oder friedensspezifisch. Seit der späten Zwischenkriegszeit wurden in beiden Streitkräften beide Arten von Medienstrategien in Krieg und Frieden betrieben. Im Hinblick auf die inhaltlichen Ziele der Medienarbeit war der Unterschied zwischen Krieg und Frieden eingeebnet worden. Bestehen blieb der Effekt der Kriege als Katalysator mit ihrem höheren Umfang der Medienarbeit – wobei man berücksichtigen muss, dass in Kriegen auch der Rest der beteiligten Streitkräfte anschwoll.

[6] COS(48)33, 8.3.1948, TNA, Defe 4/11.
[7] COS(49)345, 14.10.1949, TNA, Defe 5/17.
[8] COS(51)136, 27.8.1951, TNA, Defe 4/46.
[9] COS(51)181, 31.3.1951, TNA, Defe 5/29; zur Bedeutung der Region Dierk Walter, Zwischen Dschungelkrieg und Atombombe. Britische Visionen vom Krieg der Zukunft 1945–1971, Hamburg 2009, S. 367, beachte allerdings auch S. 223.
[10] COS(51)627, 26.10.1951, TNA, Defe 5/34.
[11] Vgl. auch Fletcher, Propaganda, *passim*; Osgood, Total Cold War, S. 2–4; Taylor, Munitions, S. 8; Welch, Introduction, S. xvii. Ferner, zur Rechtfertigung eigener Aktivitäten vor einer die ‚neutralen Staaten' repräsentierenden „world opinion", COS(53)98, 21.8.1953, TNA, Defe 4/64.

Andere Medien, andere Medienstrategien? – Der Einfluss der Medientypen auf die Medienarbeit

Während die Unterschiede von Kriegs- und Friedenszeiten für die Medienarbeit im Verlauf des Untersuchungszeitraums zunehmend nivelliert wurden, waren sie für verschiedenen Medientypen von Beginn an kaum wahrnehmbar. Dies gilt freilich nur für die Medienstrategien, nicht ihre praktische Umsetzung, die unübersehbar von den Medientypen abhing. Zwar galt die Presse schon allein wegen ihrer Ausbreitung über den gesamten Untersuchungszeitraum hinweg als von hervorragender Wichtigkeit, in der Einflussnahme ebenso wie für die Informationssicherheit. Auch wurde (bewegten) Bildern besondere Wirkmacht zugeschrieben und Bildmedien mussten mit einer besonders strengen Vorabzensur hinsichtlich der Informationssicherheit rechnen. Zudem spielte die Fähigkeit des Rundfunks, Grenzen zu überschreiten, im Medienkrieg eine wichtige Rolle und half, dessen Idee virulent werden zu lassen. Doch waren die verschiedenen Medientypen immer Teil der übergreifenden, an Zielen ausgerichteten Medienstrategien. Dies wird bereits in Heeringens Denkschrift von 1900 deutlich, in der die spezifischen Eigenarten der verschiedenen Medienprodukte genannt wurden, die jedoch alle für das Ziel der Einflussnahme im Sinne der Marine genutzt werden sollten. Als dann im Ersten Weltkrieg die Arbeit mit Bild und Film auf beiden Seiten intensiviert wurde, geschah dies zwar wegen der diesen Medien zugeschriebenen Überzeugungskraft, sie wurden aber in die bestehende Medienarbeit für Heimat, Neutrale und Gegner integriert. Dabei blieb es auch in der Zwischenkriegszeit, in der zusätzlich der sich ausbreitende Rundfunk in die Medienstrategien aller Teilstreitkräfte eingebunden wurde; militärische Rundfunksendungen und Sprecher wie Lützow oder Ironside im Zweiten Weltkrieg verdeutlichen dies. In Form von Experimenten wurde von der Zwischenkriegszeit an sogar das Fernsehen bereits berücksichtigt – ebenfalls innerhalb der bestehenden Medienstrategien. Diese Integration ‚neuer' Medien erfolgte auch hinsichtlich der Informationssicherheit.[12] Für verschiedene Medientypen galten jeweils angepasste Regeln, doch waren sie alle Teile einer Strategie. Besonders deutlich wird dies am Beispiel des britischen Press Committee, das bei Bedarf einfach erweitert wurde. Schon kurz nach der Gründung wurde es beispielsweise auf illustrierte Zeitschriften ausgeweitet. Nach dem Zweiten Weltkrieg wurde im Zuge einer größeren Reformwelle die BBC integriert. Die wesentliche Veränderung lag jedoch darin, dass die Medienvertreter aus Kostengründen den Posten des Sekretärs nicht länger selbst besetzen wollten und ihn den Streitkräften überließen, genauer gesagt dem Chefzensor des Zweiten Weltkriegs, Konteradmiral Thomson. Nicht weniger folgenreicher war der Umstand, dass fortan nicht mehr nur Themen der ‚national security', sondern solche von ‚national interest' gesperrt werden durften,[13] bedeutete dies doch, dass künf-

[12] Ähnlich verhielt es sich auch mit dem Medienrecht, siehe NEGRINE, Politics, S. 20.
[13] Press Committee, Protokolle, 3. 10. 1945, 8. 11. 1945 und 15. 1. 1946, TNA, Defe 53/6; ferner JIC(45)72, 16. 11. 1945, TNA, Cab 81/93; JIC(46)72, TNA, Cab 81/94.

tig beispielsweise Berichte über Uranerz gesperrt werden konnten.[14] Gegenüber diesen Veränderungen in der Balance zwischen Militär- und Medienvertretern sowie in den Inhalten der Strategien der Informationssicherheit war die Ausweitung auf den Rundfunk eine bloße Formsache. Dies bedeutet jedoch nicht, dass die fortschreitende Medialisierung[15] keinen Einfluss auf die militärische Medienarbeit gehabt hätte. Ganz im Gegenteil: Gerade zu Beginn des Untersuchungszeitraums war sie sowohl in der Informationssicherheit als auch hinsichtlich der Strategien der Einflussnahme von großer Bedeutung, da die Streitkräfte hier eine Beschleunigung und Ausweitung medialer Kommunikation ausmachten. So waren zunehmende Kontakte mit Medienvertretern einer der Gründe, die zur Institutionalisierung der Medienarbeit im deutschen Heer führten. Daneben wurden die gestiegenen Sorgen beider Streitkräfte um die Informationssicherheit direkt auf die als bedrohlich empfundene Kommunikationsverdichtung zurückgeführt. Auch dass die Strategien der Informationssicherheit später schrittweise an die zunehmende Ausbreitung des Radios angepasst wurden, zeigt, dass die schiere Ausbreitung von Medien, das ‚Mehr' an Kommunikation, einen deutlichen Einfluss auf die Geschichte der militärischen Medienbeziehungen nahm. Auf der anderen Seite sind unterschiedliche Hochs und Tiefs in der Prominenz der Medienarbeit durch die Reaktionen auf derartige Symptome der Medialisierung allein nicht zu erklären.

Von Ministern und Diktatoren – Militärische Medienbeziehungen in verschiedenen Regierungssystemen

Ähnlich gering wie die Bedeutung der Medientypen war auch die Auswirkung unterschiedlicher Regierungssysteme auf die militärische Medienarbeit. Dies zeigen schon die auffälligen Parallelen im Einsatz von Medienstrategien durch die Streitkräfte. In beiden Ländern reagierten die Spitzen der Seestreitkräfte in der Vorkriegszeit auf die Herausforderungen eines erhöhten Mittelbedarfs. In beiden Ländern wurde die Medienarbeit im Ersten Weltkrieg, teils mit Bezug aufeinander, massiv ausgeweitet und in der frühen Zwischenkriegszeit reduziert. Der Zweite Weltkrieg wurde von beiden Seiten als Medienkrieg geführt. Allein in der späteren Zwischenkriegszeit lassen sich für den Medienkrieg, der in Deutschland wesentlich umfangreicher ausgeweitet wurde als in Großbritannien, deutliche Unterschiede feststellen. Die NS-Propagandabegeisterung und der im Reichsministerium für Volksaufklärung und Propaganda institutionalisierte Anspruch, die Medien steuern zu können, spielte hierbei zwar eine Rolle, allerdings keine entscheidende. Denn der Medienkrieg war bereits vor 1933 unter Groener reaktiviert worden. Nach dem Zweiten Weltkrieg widmete sich ihm auch das britische Mili-

[14] JIC(46)76, 18.12.1946, TNA, Cab 81/94; Press Committee, Protokoll, 10.4.1947, TNA, Defe 53/6.
[15] Siehe zu einer kurzen Problematisierung des Begriffs Daniel und Schildt (Hrsg.), Einleitung, S. 11 f.

tär. Dann nämlich sah es sich, wie das deutsche in der Zwischenkriegszeit, durch überlegene Streitkräfte bedroht. Dies spricht dafür, dass der Ausbau des Medienkriegs im deutschen Militär der späten Zwischenkriegszeit eher auf eine Krisenwahrnehmung zurückging als auf das Regierungssystem. Bestärkt wird diese Schlussfolgerung dadurch, dass der Ausbau der friedenstypischen Medienarbeit in der gleichen Zeit in beiden Ländern keine entsprechenden Unterschiede aufwies. Damit soll nicht behauptet werden, dass die von der NS-Regierung verfolgte Aufrüstungspolitik ohne Bedeutung für die mediale Kriegsvorbereitung gewesen sei, ganz im Gegenteil. Doch war der Medienkrieg bereits vor 1933 unter Groener reaktiviert worden. Den Regierungssystemen lässt sich demnach allenfalls eine abschwächende oder radikalisierende Wirkung auf das Ausmaß zuweisen, in dem sich das Militär mit der Medienarbeit befasste.

Ähnliches gilt für die Unterordnung des Militärs und seiner Medienarbeit unter die zivilen Regierungen. Das britische Militär akzeptierte außerhalb der Krisensituation des Ersten Weltkriegs und mit Ausnahme des Curragh-Vorfalls 1914, in dem Medienarbeit nicht zum Tragen kam, seine Unterstellung unter die zivile Regierung. Das deutsche Militär nahm demgegenüber erst angesichts der ‚Teilidentität der Ziele' mit der NS-Regierung die ‚Erosion' seiner Macht hin. Doch auch wenn Hitler diese Unterordnung beschleunigte und mit letzter Konsequenz durchsetzte, hatte sie ebenfalls bereits unter Groener begonnen. Die Unterordnung der Streitkräfte und ihrer Medienarbeit unter die zivile Regierung war also ebenfalls nicht primär vom Regierungssystem abhängig, sondern vielmehr von der Militärkultur. Sie kann zudem als Lackmustest für die Haltung der Streitkräfte zur jeweils aktuellen Regierung verstanden werden. So war das deutsche Militär durch die eigene Stellung im Kaiserreich geprägt und änderte seine Selbstverortung auch deswegen nur sehr langsam, da die militärische Spitze noch weit in die Zeit der Wehrmacht hinein durch Offiziere der ehemaligen kaiserlichen Armee dominiert wurde.

Der große Unterschied – Die Medienbilder als prägende Kraft für die praktische Medienarbeit

Auch die Medienbilder waren Teil der sich nur sehr langsam ändernden Militärkultur und darüber hinaus eng mit der politischen Kultur der beiden Länder verbunden. Namentlich schlug sich vor allem das Selbstverständnis der Streitkräfte als Teil eines liberal agierenden, eher zurückhaltend auftretenden, oder aber eines auf direkte Kontrolle abzielenden, interventionistischen Staates in der Wahrnehmung der Medien nieder. Die so geprägten Medienbilder waren zunehmend wichtig dafür, wie die Medienarbeit der Streitkräfte, ihr Umgang mit den Medien und ihren Vertretern, praktisch gestaltet wurde. Während die Streitkräfte im synchronen Vergleich häufig auf ähnliche Schwierigkeiten mit ähnlichen Medienstrategien reagierten, unterschied sich die Art und Weise, auf die sie diese Strategien implementierten. In der Medienarbeit für die Marinereformen vor dem Ersten Weltkrieg waren die Unterschiede noch relativ wenig ausgeprägt. Obwohl ein

grundlegender Unterschied darin bestand, dass Tirpitz seine Medienarbeit institutionalisierte und sich so auf Distanz zu ihr hielt – was in Großbritannien durchaus auch als vorbildlich gesehen wurde –, während Fisher sie heimlich, aber persönlich betrieb, setzten beide auf direkte Kontakte zu Medienvertretern. Im Ersten Weltkrieg verfolgten beide Streitkräfte Medienstrategien für Heimat, Neutrale und Gegner, womit eine wahre Flut entsprechender Institutionen einherging. Der Krieg wurde damit zu einem Katalysator der militärischen Medienarbeit. Während aber die Medienvertreter in Großbritannien als Partner geschätzt und ihre Ratschläge akzeptiert wurden – selbst wenn das Militär versuchte, sie zu lenken und im eigenen Sinne zu übervorteilen –, blickten die deutschen Militärvertreter auf sie hinab. Oft wurde den Medien im Detail vorgegeben, wie sie berichten sollten. Zudem legte das Militär ihnen gegenüber ein geradezu herrisches Auftreten an den Tag. Besonders deutlich wird dies in der Äußerung Nicolais, dass die Presse dem Staat zu dienen habe. In der Zwischenkriegszeit wurden diese länderspezifischen Unterschiede größer, insbesondere als die NS-Regierung es den Streitkräften ermöglichte, die Medien als durch zuständige Stellen, wie etwa das RMVP, lenkbare Objekte zu begreifen. In Großbritannien dagegen blieben Medienvertreter im Press Committee oder auf leitenden Positionen innerhalb der streitkräfteeigenen Spezialstellen für Medienarbeit geschätzte Partner des Militärs. Im Zweiten Weltkrieg schließlich ist der Unterschied am deutlichsten zu sehen. In Deutschland wurden die Medien entweder als Befehlsempfänger in das Militär integriert oder indirekt über das RMVP angesprochen, während sie in Großbritannien als eigenständige Akteure mit eigenen Interessen und Rechten akzeptiert wurden, deren freiwillige Kooperation die Streitkräfte wo immer möglich suchten und auch erhielten.[16] In der Nachkriegszeit wandten sich die britischen Medien im Geiste dieser Kooperation an die Streitkräfte, als sie einen Weg suchten, Zugang zu US-amerikanischen Atomwaffentests zu erhalten. Hier übernahm das britische Militär für die Medien die Rolle eines Maklers, um diesen Wunsch zu befriedigen.[17]

Auch mit Blick auf die Medienarbeit zur Informationssicherheit lassen sich diese verschiedenen Herangehensweisen beobachten. Sie wurde in beiden Ländern noch vor dem Ersten Weltkrieg auf ein kooperatives Modell umgestellt, bei dem die Medien die Sicherheitsinteressen des Militärs zu dessen Zufriedenheit wahrten. In Deutschland setzte sich allerdings die Überzeugung, dass die Medien einem starken Staat zu dienen hätten, immer stärker durch, bis sie unter der rigiden Medienkontrolle des Nationalsozialismus tatsächlich einer weitgehenden Steuerung bis hin in die Details der Berichterstattung unterlagen. In Großbritannien dagegen blieben die Medienvertreter nicht nur institutionalisierte Partner des Militärs, hinsichtlich der Presse gewann die freiwillige Kooperation gegenüber gesetzlichen Zwangsmaßnahmen sogar an Bedeutung. Dieses Vertrauen gegenüber den Journalisten setzte sich nach dem Zweiten Weltkrieg fort. So wurden

[16] Siehe zur Forderung, diese Beziehung fortzusetzen, McCormack, Press, *passim.*

[17] COS(46)13, 25.1.1946, TNA, Cab 79/44/1; COS(46)36, 7.3.1946, TNA, Cab 79/45/10; COS(46)67, 5.3.1946, TNA, Cab 80/53/56; COS(46)77, 15.5.1946, TNA, Cab 79/48/7.

nicht nur Medienvertreter aus dem Press Committee heraus an der Formulierung neuer Regeln für die Pressezensur und den Umgang mit Kriegsberichterstattern im Konfliktfall beteiligt.[18] Auch die Auswertung der Erfahrungen mit dem Medienkrieg im Zweiten Weltkrieg wurde gerade von den für die Kriegszeit in den Militärdienst gewechselten Medienvertretern vorgenommen, die den Medienkrieg als Spezialisten in die Tat umgesetzt hatten. Einer von ihnen, der Mitarbeiter des Marine-Nachrichtendienstes Korvettenkapitän McLachlan, der vor und nach dem Krieg bei der *Times* arbeitete, betonte in seinem Bericht, dass das Militär gut daran täte, seine Institutionen für die Medienarbeit auch künftig mit „journalists or publicity men“ zu besetzen.[19]

Dass sich die Unterschiede zwischen den Medienpraktiken im Verlauf der Untersuchungszeit stärker abzeichneten und die in der jeweiligen Militär- und politischen Kultur verankerten Medienbilder somit deutlicher hervortraten, wurde dadurch begünstigt, dass die Medienarbeit zumindest teilweise ihre Rückbindung an den transnationalen militärischen Raum verlor. Sie wurde stattdessen stärker an Binnenvorbildern innerhalb der nationalen Streitkräfte orientiert.

Implikationen der Vorbildauswahl – Der Bedeutungsverlust des transnationalen Raums als Zeichen der Wirkmacht der Medienwirkungsannahmen

Zu Beginn des Untersuchungszeitraums spielte der transnationale Raum eine dominante Rolle, wenn sich Militärvertreter Vorbilder (oder Argumente) für die verpönte eigene Medienarbeit suchten. Keine Streitkraft wollte hinter dem Kenntnisstand möglicher Gegner stehen bleiben. Fisher und Tirpitz orientierten sich an idealisierten Versionen der Medienarbeit des Gegenübers – idealisiert schon deshalb, weil von außen die Ergebnisse der Medienarbeit sichtbar wurden, nicht jedoch Sackgassen oder Irrwege, die in der eigenen Erfahrung durchaus vorkamen.[20] Bei den Medienstrategien der Informationssicherheit wird dies besonders deutlich: Während der britische Adjutant-General Wood neidvoll auf die deutsche Pressegesetzgebung blickte, schien dem deutschen Marineattaché Coerper und den Teilnehmern der von Oberst von Stein einberufenen Konferenzen die Lage in Großbritannien erstrebenswert. Als im Ersten Weltkrieg Medienstrategien der Einflussnahme zunehmend in den Medienkrieg übergingen, gewann das Lernen vom Gegner an Bedeutung. Die Behauptung, die gegnerische Medienarbeit sei besser, war ein verbreitetes Argument für vermehrte eigene Anstrengungen, beispielsweise sichtbar in der Hinwendung der britischen Militärführung zur Medienarbeit für Neutrale und der Ausweitung der Arbeit mit Bild und Film.

[18] Press Censorship Manual 1953, TNA, Cab 134/1139; zur Beteiligung der Medienvertreter Press Committee, Protokoll, 7. 4. 1952, TNA, Defe 53/6.

[19] McLachlan, Psychological Warfare and Service Needs, 1. 5. 1947, TNA, Adm 223/477.

[20] Dass allein schon der Umstand, dass auch andere Medienarbeit betreiben, den Glauben an eine Medienwirkung bestärken kann, zeigte Geiger am Beispiel der Werbeindustrie, GEIGER, Kritik, S. 468.

Nach dem Krieg wollten wiederum gerade jüngere deutsche Offiziere – vor dem Hintergrund der Dolchstoßlegende – Lehren aus dem britischen Medienkrieg im Ersten Weltkrieg ziehen. Angesichts der aufrüstenden und propagandabegeisterten NS-Regierung nahmen diese Anstrengungen zu. Verfechter der Dolchstoßlegende wie Albrecht Blau, teils schon unter Reichswehrminister Groener als Medienspezialisten in die Streitkräfte zurückgekehrt, beobachteten die Medienarbeit Italiens, Japans und Russlands. Das britische Militär zeigte sich an den italienischen und deutschen Aktivitäten interessiert. Im Zweiten Weltkrieg war Deutschlands Medienkrieg insbesondere zu Kriegsbeginn von Interesse, als er als eine Ursache der raschen Niederlage Frankreichs angeführt werden konnte.

Allan D. Englishs auf Carl von Clausewitz zurückgehende Erklärung, dass gerade das Militär immer versuchte, aus den Erfahrungen anderer Streitkräfte zu lernen, weil eigene Erfahrungen oftmals einen hohen Preis erfordern, scheint auch im Fall der militärischen Medienarbeit zuzutreffen,[21] allerdings nicht ohne Einschränkungen. In dem Maße nämlich, in dem die Medienarbeit in den einzelnen Teilstreitkräften institutionell verankert wurde, ging die Orientierung am transnationalen Raum zurück. In Deutschland nahm sich Falkenhayn bereits vor dem Ersten Weltkrieg die Medienarbeit der Marine zum Vorbild. Im Ersten Weltkrieg waren die bestehenden Spezialstellen der Medienarbeit Keimzellen für neue Organisationen, wie beispielsweise die Zentrale für Auslandsdienst (ZfA) und die Military Intelligence Section 7 (MI7) zeigen. Noch deutlicher wurde die Binnenorientierung am Aufbau der Royal Air Force (RAF), die von Beginn an nach dem Vorbild von Heer und Marine über Medienspezialisten verfügte. Auch Vorbilder für friedenstypische Medienstrategien der Zwischenkriegszeit wurden im jeweils eigenen Land gesucht. Insbesondere die jungen und hoch technisierten Luftstreitkräfte galten als nachahmenswert. Ein Monopol auf die Vorbildfunktion hatten sie allerdings nicht. Bis in den Zweiten Weltkrieg hinein galt immer wieder gerade diejenige Teilstreitkraft als vorbildlich, die zuletzt intensiv Medienarbeit betrieben hatte. Die Rekrutierungsarbeit der Royal Navy 1937 zeigt dies ebenso wie die Medienarbeit nach gemeinsamen Einsätzen von Kriegsmarine und Luftwaffe 1940. Noch deutlicher wurde die Verlagerung der Vorbilder im Falle der Informationssicherheit, wo der anfangs immens wichtige transnationale Raum vom Ersten Weltkrieg an nicht mehr beachtet wurde. Sobald die Streitkräfte das Problem der Informationssicherheit für sich als gelöst ansahen, verloren sie das Interesse an den Lösungswegen anderer, unabhängig von der jeweiligen Effizienz.

Die Binnenorientierung hinsichtlich der friedenstypischen Medienarbeit scheint naheliegend: Es waren doch eben die eigenen Geschwisterteilstreitkräfte Konkurrenten um Ansehen und Ressourcen; auch wenn übergeordnete Stellen ebenso wie die Spitzen der Teilstreitkräfte selbst diese Konkurrenz zu mildern suchten. Zusätzlich aber ist diese Verschiebung ein Hinweis darauf, dass Vorbilder für die

[21] Allan D. English, Introduction, in: ders. (Hrsg.), The Changing Face of War. Learning from History, Montreal 1998, S. 3–5, *passim*; Carl von Clausewitz, Vom Kriege, hrsg. v. Wolfgang Pickert und Wilhelm Ritter von Schramm, Reinbek 2004, S. 74–76.

Medienarbeit nicht nach objektivierbaren Qualitätskriterien ausgesucht wurden. Da in der friedenstypischen Medienarbeit diejenigen Teilstreitkräfte zum Vorbild erhoben wurden, mit denen sowieso intensiv interagiert wurde, stand eine messbare Medienwirkung bei der Vorbildauswahl nicht im Vordergrund. Dass im Medienkrieg der transnationale Raum weiter von Bedeutung war, bleibt dabei unbenommen.

Auch die Bedeutung, die im Zweiten Weltkrieg vonseiten Robertsons, des Leiters der Press Section des Air Ministry, und des Chief of the Air Staff Portal der Medienarbeit der US-Luftstreitkräfte zugeschrieben wurde, spricht nicht gegen diese Einschätzung. Diese waren schlicht, da sie von Großbritannien aus operierten, zum Konkurrenten um die Aufmerksamkeit der dortigen Medien geworden – und aufgrund ihres höheren Aufwands für die Medienarbeit zu einem geeigneten Beispiel für Robertson, um eine Aufwertung seiner Abteilung zu fordern. Eine erneute Orientierung an transnationalen Vorbildern für die friedenstypische Medienarbeit war dies nicht, denn die Bezugnahme blieb auf die USA beschränkt und wurde nicht auf andere Streitkräfte ausgeweitet. Es war stattdessen eine Ausweitung desjenigen Raums, auf den die friedenszeitliche Medienarbeit abzielte, analog zu der bereits gezeigten Erweiterung ihrer zeitlichen Grenzen. Es wäre interessant, in einer Anschlussstudie nach dem Verständnis der Zielgruppe Heimat innerhalb supranationaler Bündnisse wie der NATO zu fragen.

Auf jeden Fall blieb die räumliche Ausweitung nach Ende des Krieges bestehen, wurde sogar auf den Medienkrieg ausgeweitet. Bereits Ende August 1945 betonten die COS, dass das eigene Ansehen in den US-Medien auch nach dem Kriegsende wichtig sei.[22] Nachdem das gemeinsame Gremium der Stabschefs beider Länder, die Combined Chiefs of Staff, im Sommer 1947 aufgelöst worden waren,[23] gewann die Frage an zusätzlicher Bedeutung. Daher unterstützten die COS die Präsenz US-amerikanischer Journalisten bei den eigenen Streitkräften.[24] Sie hofften, genau wie das Foreign Office, „to obtain more publicity, especially in the United States, for the contribution which our forces […] were making in the cold war".[25] Entsprechend forderten sie, „that everything possible should be done to ensure the maximum amount of publicity in the United States for the United Kingdom force for Korea."[26] Vor allem die Abschaffung der Filmeinheiten der Teilstreitkräfte – bis auf eine kleine Stelle der RAF – nach dem Zweiten Weltkrieg wurde nun bedauert.[27] Die britischen Streitkräftespitzen hofften, sich mit der

[22] COS(45)204, 23. 8. 1945, TNA, Cab 79/38/2. Zur genauen Planung der Reisen siehe auch COS(45)277, 28. 11. 1945, TNA, Cab 79/42/1; COS(45)331, 23. 12. 1945, TNA, Cab 80/51/51 und COS(46)1, 2. 1. 1946, TNA, Cab 79/43/1. Auch hier wurde bereits in der Planung genau auf die Finanzierung geachtet, COS(46)43, 12. 2. 1946, TNA, Cab 80/53/32 und COS(46)27, 18. 2. 1946, TNA, Cab 79/45/1.

[23] COS(47)73, 11. 6. 1947, TNA, Defe 4/5.

[24] COS(48)49, 8. 4. 1948, TNA, Defe 4/12.

[25] COS(50)174, 1. 11. 1950, TNA, Defe 4/37.

[26] COS(50)135, 23. 8. 1950, TNA, Defe 4/35. Beachte allerdings auch HUDSON und STANIER, War, S. 94–96.

[27] COS(53)313, 1. 7. 1953, TNA, Defe 5/47; COS(53)85, 7. 7. 1953, TNA, Defe 4/64.

Medienarbeit die Unterstützung des Verbündeten für die eigenen Krisenherde zu sichern, insbesondere den Nahen Osten.[28] Aber die Bedeutung, die das US-Militär in der sich wandelnden geostrategischen Situation des Kalten Krieges für die britischen Streitkräfte erhielt, ist nur ein Teil der Erklärung für diese Ausweitung der Medienarbeit für das eigene Ansehen auf die USA.[29] Der zweite Teil liegt in der bereits beobachteten ‚Entgrenzung' der Medienarbeit. Sie ging damit einher, dass sie im diachronen Verlauf des Untersuchungszeitraums zu einer militärischen Routineaufgabe wurde.

Starthilfe in der Frühphase – Externe Impulsgeber für die militärische Medienarbeit

Militärexterne Akteure trieben die Medienarbeit der Streitkräfte voran oder lösten die Beschäftigung mit ihr gar aus. Insbesondere waren hier Politiker und Medienvertreter aktiv. Zu den Förderern der ersten Gruppe zählen zunächst einmal zahlreiche Streitkräfteminister, darunter in Großbritannien Balfour, Churchill, Lloyd George oder Kingsley Wood. Die große Ausnahme bildet Kitchener, der für etwa ein Jahr hemmend auf die militärischen Medienbeziehungen einwirkte, dadurch aber persönliche Kontakte seiner Untergebenen zu Medienvertretern unbeabsichtigt vorantrieb. In Deutschland ist vor allem Groener zu nennen, während Soldaten auf Ministerposten wie Tirpitz, Falkenhayn oder Blomberg als Militärvertreter nicht zu dieser Gruppe gehören. Hinzu kommen für Medienarbeit zuständige Minister wie Goebbels oder Duff Cooper oder Ministerien, die zumindest zeitweise ein eigenes Interesse an militärischer Medienarbeit hatten, namentlich das Foreign Office oder das Auswärtige Amt. Eine weitere deutsche Besonderheit neben der Tatsache, dass die Streitkräfteminister, die den Ausbau der Medienarbeit vorantrieben, meist Soldaten waren, ist das Engagement des medienbegeisterten Kaisers, der Medienstrategien zur Einflussnahme als einer der Ersten anstieß.

Es betont noch einmal das andere Verhältnis des britischen Militärs zu den Medien, dass ein vergleichbarer Initialzünder in Großbritannien der Journalist Stead war. Medien und ihre Vertreter wurden hier eher als mögliche Partner verstanden und einzelne, gesellschaftlich und im Militär gut vernetzte Medienvertreter wie Riddell oder Northcliffe wurden als Impulsgeber wichtig, insbesondere dann, wenn sie eigene politische Ziele verfolgten. Aber auch ohne solche – und das gilt für beide Länder – spielten die Initiativen der Medienvertreter eine nicht zu übersehende Rolle. Hindenburgs Beispiel zeigt dies deutlich. Hinzu kamen Vereini-

[28] COS(49)356, 25.10.1949, TNA, Defe 5/17; Cos(50)199, 10.6.1950, TNA, Defe 5/21; COS(51)97, 13.6.1951, TNA, Defe 4/44.

[29] Zur Verflechtung der Streitkräfte und ihrer Medienarbeit, auch im Koreakrieg, siehe Stephen Badsey, The Influence of the Media on Recent British Military Operations, in: Ian Stewart und Susan L. Carruthers (Hrsg.), War, Culture and the Media. Representations of the Military in 20th Century Britain, Trowbridge 1996, S. 5–21, hier S. 16f.; John Baylis, Anglo-American Defence Relations, 1939–1984. The Special Relationship, London ²1984, vor allem bis S. 84; Taylor, Arm, S. 258; Voigtlander, War, *passim.*

gungen von Medienvertretern wie die Newspaper Proprietors' Association oder der Verein Deutscher Zeitungsverleger, aber auch die Filmwirtschaft, die im Ersten Weltkrieg eine stärkere Berücksichtigung ihres Mediums durchsetzen konnte. Auffällig ist, dass derartige Impulse nach diesem Krieg weitgehend ausblieben. Die Erklärung hierfür besteht aus zwei Teilen: Zunächst einmal verfügten nun alle Teilstreitkräfte über eine institutionalisierte Medienarbeit. Die Medienvertreter erhielten Informationen und verfügten über Ansprechpartner, was zuvor eine wichtige Forderung an die Streitkräfte gewesen war. Zweitens waren Journalisten schrittweise in die Institutionen der militärischen Medienarbeit integriert worden. Überlegungen hierzu hatte Heeringen bereits 1900 angestellt. In Großbritannien wurde eine solche Kooperation im Press Committee zur großen Zufriedenheit der Streitkräftevertreter umgesetzt. Als die Medienarbeit im Ersten Weltkrieg ausgeweitet wurde, wurden Journalisten wie Jäckh oder Schweitzer in Deutschland sofort in ihre Institutionen eingebunden und sorgten für Neuerungen wie die regelmäßigen Pressekonferenzen. In Großbritannien waren Medienvertreter zunächst in den zivilen Institutionen der Medienarbeit wie dem Neutral Press Committee präsent. Im Kriegsverlauf wurden sie dann zu Mitarbeitern oder Zuträgern militärischer Institutionen. Daneben kooperierten sie mit einzelnen Militärvertretern, beispielsweise indem sie Haigs Berichte verfassten. Ein markanter Unterschied zu Deutschland, in dem sich die Medienbilder widerspiegeln, war, dass Journalisten in Großbritannien mehr und mehr an die Spitzen der Institutionen militärischer Medienarbeit aufrückten. Zunächst gelang dies Beer, der auf Wunsch der Medien zum Marine-Presseoffizier gemacht wurde. Ihm folgten unter anderem Caird und Beith im War Office, vor allem aber Robertson in der RAF. Die britischen Streitkräftespitzen vertrauten den Medienvertretern. McLachlan wunderte dies nicht, seien doch Journalisten „more used to receiving confidences and not making use of them than any profession outside the Roman Catholic Church."[30] In Deutschland blieben sie eher auf Handlangerrollen beschränkt und verschwanden nach dem Ersten Weltkrieg wieder weitgehend von den Positionen, die ihnen während des Konfliktes zugestanden worden waren. In Form der PK erreichte ihre Präsenz innerhalb der militärischen Medienarbeit zwar beispiellose Höhen, Führungspositionen nahmen sie jedoch nicht ein. Dennoch waren sie Teil der militärischen Institutionen für die Medienarbeit geworden, die zentral für die Verstetigung und Ausweitung der militärischen Medienarbeit waren.

Motoren der Medienarbeit – Die streitkräfteeigenen Medienspezialisten

Zuerst wurde die militärische Medienarbeit in Deutschland institutionalisiert. Dies schien nicht nur aufgrund des gewünschten Umfangs der Medienarbeit notwendig, sondern war auch angesichts der Medienbilder der Streitkräftespitzen eine naheliegende und in der politischen Kultur des Landes bekannte Vorgehensweise.

[30] McLachlan, TNA, Adm 223/477.

Einmal etabliert, entfalteten die bestehenden Spezialstellen die typischen Beharrungskräfte bürokratischer Institutionen.[31] Sie machten sich von ihren Gründungszielen unabhängig, sammelten Erfahrungen, gaben diese weiter und wurden zu Vorbildern für neue Gründungen. So fand das Nachrichtenbüro in Frieden und Krieg neue Aufgaben für sich und im Pressereferat des Heeres Nachahmer. Im Ersten Weltkrieg expandierten die bestehenden Institutionen weiter und brachten neue Stellen wie die ZfA oder das Kriegspresseamt hervor oder inspirierten sie. Auch in Großbritannien kam dieser Prozess nun in Schwung. War Medienarbeit hier in der Vorkriegszeit noch eher unbürokratisch verlaufen und im Bedarfsfall an externe Spezialisten ausgelagert worden, wuchsen mit Kriegsbeginn rasch entsprechende militäreigene Institutionen an, selbst wenn diese zuvor nur aus einzelnen dafür vorgesehenen Offizieren im Ruhestand bestanden hatten, wie im Fall Brownriggs in der Admiralty. Im Kriegsverlauf expandierten Stellen wie Cockerills Special Intelligence oder MI7 weiter. Unterstützt wurde dieses Wachstum durch das Press Committee, das noch vor dem Krieg gegründet worden war. Es diente zwar nicht, wie zunächst geplant, als Keimzelle für das Press Bureau, institutionalisierte aber Kontakte zwischen Militär- und Medienvertretern und bot so einen Rahmen für gegenseitigen Austausch und Kooperation, was bei der Ausweitung der bestehenden Institutionen förderlich war. Anhand der neu entstandenen RAF wird deutlich, dass es am Kriegsende bereits selbstverständlich war, dass eine Teilstreitkraft über institutionalisierte Medienspezialisten verfügte. Im Zusammenhang mit dem Rückbau der Streitkräfte nach dem Krieg wurden zwar auch die Institutionen der militärischen Medienarbeit reduziert, blieben aber in beiden Ländern als neuer Standard militärischer Medienarbeit erhalten. Der Erste Weltkrieg war somit nicht nur Katalysator für die Entwicklung, sondern auch eine Wasserscheide in der Geschichte militärischer Medienarbeit. Als institutionalisierte Routine war sie bei Kriegsende innerhalb des Militärs überall präsent. Mit einiger Berechtigung kann man spätestens hier von einer Professionalisierung der militäreigenen Medienspezialisten sprechen – freilich mit der Einschränkung, dass keine von den ‚Soldaten' geschiedene Profession entstand, sondern eine Ausdifferenzierung innerhalb des Militärs erfolgte.[32]

Die neue Präsenz der Institutionen war allerdings auch eine (unbeabsichtigte) Folge der gegen die Regierungen gerichteten Medienarbeit der Streitkräfte im Ersten Weltkrieg. Die zivilen Regierungen beider Länder waren nach den Konflikten während des Kriegs an einer Kontrolle der Medienarbeit der militärischen

[31] Siehe Kapitel 2, Fußnote 124.

[32] Siehe Anke Offerhaus, Die Professionalisierung des deutschen EU-Journalismus. Expertisierung, Inszenierung und Institutionalisierung der europäischen Dimension im deutschen Journalismus, Berlin 2009, S. 65 f.; ferner Michaela Pfadenhauer, ‚Professioneller Stil und Kompetenz – Einleitende Überlegungen im Rekurs auf Bourdieus Habitus-Konzept', in: dies. und Thomas Scheffer (Hrsg.), Profession, Habitus und Wandel, Frankfurt am Main 2009, S. 7–19, *passim*; Astrid Spatzier, Über Image zur Profession. Professionalisierung im Berufsfeld Public Relations durch Imagebildung und Imagevermittlung. Ein Theorieentwurf, Hamburg 2011, S. 52–58.

Spitzen interessiert. Die institutionalisierte Medienarbeit unter ziviler Aufsicht schien hier eine Lösung zu bieten. Freilich ging dieser Prozess in Großbritannien schneller vonstatten als in Deutschland, wo das Militär im Kaiserreich neben, nicht unter den zivilen Gewalten gestanden hatte.

Die weiterhin bestehenden Institutionen erleichterten ihrerseits die erneute Expansion der militärischen Medienarbeit in der Mitte der Zwischenkriegszeit. Aus einer zentralen Nachrichtenstelle und lokalen Offizieren in der Reichswehr ging die Organisation der WPr hervor, die die Medienarbeit zusammen mit lokalen Medienspezialisten und dem RMVP ausbaute. In Großbritannien wuchsen verschiedene Koordinationsstellen wie das Press Committee ebenso wie die auf Medienarbeit spezialisierten Institutionen der Teilstreitkräfte. In beiden Ländern setzte sich diese Expansion im Zweiten Weltkrieg fort, wie der Ausbau der Bild- und Filmeinheiten im britischen Militär oder die Erhebung der PK zur eigenen Waffengattung zeigten. In Deutschland endeten die entsprechenden Institutionen zusammen mit dem Militär, und auch in Großbritannien wurden sie wieder reduziert. Allerdings wurden hier gezielt einzelne Bereiche erhalten und anders als nach dem Ersten Weltkrieg großer Wert darauf gelegt, ihre Erfahrungen festzuhalten, um sie im Bedarfsfall reibungslos wieder ausbauen zu können.[33] Medienspezialisten hatten innerhalb der Streitkräfte unbestreitbar einen festen Platz gefunden.

Weniger offensichtlich, wenn auch keinesfalls weniger bedeutsam war der mit ihrer Ausbreitung einhergehende, von den Medienexperten vorangetriebene Wahrnehmungswandel der Medienarbeit in den Streitkräften, von einer exotischen hin zu einer Routinetätigkeit. Die Spezialisten waren daran interessiert, ihre besondere Kompetenz innerhalb dieses Arbeitsbereichs klarzumachen, die eigene Stellung also zu sichern, indem anderen eben diese abgesprochen wurde. Godfrey betonte dies nach dem Zweiten Weltkrieg, als er erklärte, dass er selbst ab 1942 nicht mehr alles verstanden habe, was seine Medienspezialisten getrieben hätten. Deren Arbeit. so ergänzte er, „was never completely understood by the Chiefs of Staff."[34] Das bedeutete nicht zuletzt, dass die Streitkräftespitzen sich nicht mehr selbst um die Details der Medienarbeit sorgen *mussten.* Zunehmend konnten sie diese schlicht anordnen, wann immer sie es für opportun hielten. Sie konnten sie somit leicht in die komplexen konzeptionellen Kernaufgaben der Streitkräfte integrieren, die Operationsplanung. Die Karriere der Medienarbeit, die auf die Irreführung der Gegner abzielte (*deception*) veranschaulicht dies. Zwar waren Beispiele hierfür schon vor dem 20. Jahrhundert bekannt, in seinem Verlauf jedoch wurde sie ausgeweitet. Im Ersten Weltkrieg als Teil des neuen Medienkriegs insbesondere

[33] Erfahrungsberichte über die Marine-Medienarbeit in TNA, Adm 223/477; LCS erhielt den Auftrag, Irreführungspläne für künftige Kriege auszuarbeiten und eine Bibliothek über Deception im Zweiten Weltkrieg zu führen, LCS(47)11, 21. 11. 1947, TNA, Cab 81/80; für PWE siehe JIC(45)25, 10. 4. 1945, TNA, Cab 81/93; Taylor (Hrsg.), Record, S. 12; ferner Fox, Film, S. 316; MacKenzie, Films, S. 129; McLaine, Morale, S. 276; Taylor, Arm, S. 58. Auf dennoch vernichtete Akten weist Newcourt-Nowodworski, Propaganda, S. 18 f. hin.

[34] Undatiertes Memorandum Godfreys über N.I.D.12 im Zweiten Weltkrieg, TNA, Adm 223/478.

in Italien unter einigen Schwierigkeiten und mit persönlichem Eingreifen Ludendorffs eingesetzt, wurde sie von der Zwischenkriegszeit an in beiden Streitkräften zu einem wesentlichen Aufgabenbereich der Medienarbeit gegen die Gegner. Im Zweiten Weltkrieg forderten die Streitkräftespitzen mediale Irreführungsmaßnahmen schließlich routinemäßig im Kontext neuer Operationspläne an und ließen sie von den zuständigen Experten ausarbeiten. Medienarbeit, mit anderen Worten, wurde nicht nur zu einer Aufgabe, die innerhalb der Streitkräfte durch entsprechende Experten routiniert erledigt wurde, sie wurde zugleich in den professionellen Kern der militärischen Routineaufgaben aufgenommen. Wenn man so will, erweiterte sie damit die Rolle der Soldaten über die eines Kämpfers hinaus.[35]

Sowohl externe Impulsgeber wie auch die Aktivitäten der Medienspezialisten reichen nicht aus, um die Entwicklung der militärischen Medienarbeit in der ersten Jahrhunderthälfte zu erklären. So bliebe nicht zuletzt die Frage nach der ursprünglichen Gründung der Institutionen offen. Die Antwort hierauf liegt in der phasenweisen Begeisterung der Militärspitzen für die Medienarbeit.

Von Medienwirkungsannahmen geleitet – Medienarbeit als Krisenreaktionsstrategie der Streitkräftespitzen

Einzelne Spitzenvertreter der Streitkräfte gründeten und förderten die Medienarbeit und ihre Institutionen innerhalb des Militärs. Anders als die Routinenbildung über die Spezialabteilungen, die sich recht kontinuierlich durch den Untersuchungszeitraum zog, war die Aufmerksamkeit der Streitkräftespitzen für die Medienarbeit eher episodenhaft. Sie hing von Einzelpersonen ab. Eine systematische Weitergabe entsprechender Erfahrungen zwischen Amtsinhabern und Nachfolgern existierte allem Anschein nach nicht. Vielmehr fanden Spitzenvertreter der Streitkräfte in Situationen zur Medienarbeit, in denen ihre etablierten Handlungsoptionen keinen Erfolg versprachen. Somit sorgten sie immer wieder für besondere Hochphasen der Medienarbeit.

Ein Beispiel für solche Krisen sind Konflikte mit den zivilen Regierungen. Dass Politiker wie Bethmann Hollweg oder Lloyd George heftig auf die Medienarbeit der Streitkräftespitzen reagierten, bestärkte deren Medienwirkungsannahmen. Es

[35] Für eine aktuelle Verschiebung dieser Rollenbilder siehe Weißbuch 2006 zur Sicherheitspolitik Deutschlands und zur Zukunft der Bundeswehr, hrsg. v. Bundesministerium der Verteidigung, Berlin 2006, S. 75, online über www.bmvg.de zu finden (zuletzt geprüft am 23. 5. 2013); heute gilt Medienarbeit hier übrigens wieder als eine fehlende Kompetenz, Christian Thiels, Krieg zur Primetime. Führen im Medienzeitalter, in: Hans-Christian Beck und Christian Singer (Hrsg.), Entscheiden, Führen, Verantworten. Soldatsein im 21. Jahrhundert, Berlin 2011, S. 200–207. Zur Erweiterung des soldatischen Aufgabenfeldes in totalen Konflikten siehe darüber hinaus Thoss, Epochen, S. 15 f.; zum erweiterten Aufgabenspektrum von Soldaten zur Zeit des Vietnamkriegs siehe Christian Götter und Johannes Kaufmann, Tagungsbericht Soldatenbilder. Deutungen und Zumutungen zwischen Kontinuität und Diskontinuität. 28. 3. 2011–30. 3. 2011, Hamburg, in: H-Soz-u-Kult, 23. 7. 2011, online unter http://hsozkult.geschichte.hu-berlin.de/tagungsberichte/id=3739 (zuletzt geprüft am 22. 4. 2013).

wäre sicherlich von großem Interesse, in einer weiteren Untersuchung zu fragen, welche Lehren führende Militärvertreter wie Tirpitz, Hindenburg, Haig, Fisher, Mountbatten oder Eisenhower aus diesen Erfahrungen für ihre späteren, zivilen Aktivitäten zogen. Im Rahmen der vorliegenden Untersuchung zeigen Bethmann Hollwegs Erfolg gegen Tirpitz, Lloyd Georges gegen Robertson und Maurice, dass die politischen Entscheidungen letztlich in Parlamenten und Kabinetten beziehungsweise beim Kaiser fielen. Dessen waren sich allerdings die Regierungen selbst nicht sicher, weshalb sie zunehmend Kontrolle über die Medienarbeit der Streitkräfte beanspruchten und den persönlichen Einfluss der Streitkräftespitzen beschränkten.

Die führenden Militärvertreter setzten aber auch außerhalb von Konflikten mit den Regierungen auf die Medienarbeit. Mit ihr reagierten sie auf eine große Bandbreite von Krisen, in denen andere Handlungsoptionen versagten. Fisher und Tirpitz suchten Ansehen und Ressourcen für die nach ihren Wünschen reformierten Seestreitkräfte zu gewinnen. Falkenhayn hoffte, Kritik am Militär abfedern zu können. Im Ersten Weltkrieg blieben Teile der friedenstypischen Ziele zumindest anfangs bestehen. Aus der Evolution der Medienarbeit wurde jedoch bald eine Revolution, als kriegstypische Medienstrategien angesichts der Herausforderungen des Konfliktes hinzutraten, bald dominant und schließlich nahezu allgegenwärtig wurden. Führende Soldaten wie Ludendorff und Wandel, Robertson, French oder Haig hofften, mit ihrer Hilfe die Moral der Bevölkerung trotz der immer größeren Opfer aufrichten zu können. Neutrale sollten von der gerechten jeweils eigenen Sache überzeugt und schließlich die Auseinandersetzung mit den Gegnern selbst beeinflusst werden, als zahlreiche Schlachten mit gewaltigen Verlusten dies scheinbar nicht vermochten. Das Konzept des Medienkrieges wurde damit zur militärischen Praxis. In der Regel waren die deutschen Militärspitzen ihren britischen Kollegen voraus – eine Konsequenz der hier frühzeitig institutionalisierten Medienspezialisten, auf deren Dienste sie zurückgreifen konnten und der unterschiedlichen Rolle, die zivile Stellen spielten.

Infolge des massiven Rückgriffs auf die Medienarbeit erwies sich der Erste Weltkrieg auch als Wasserscheide für ihre Wahrnehmung durch die Streitkräftespitzen. Fortan konnten sie leichter auf sie zurückgreifen als vor dem Konflikt; ein so großes persönliches Engagement wie zuvor war nicht länger notwendig. Zugleich waren sie aber auch eher dazu bereit und sahen die Medienarbeit eher als notwendig an. Militärvertreter wie Beatty oder Fritsch setzten für Ansehen und Ressourcen routiniert auf Medienarbeit; handfeste Krisen waren als Auslöser nicht einmal mehr nötig. Vielmehr zählten sie in der Erwartung, Krisen vermeiden zu können oder zu müssen, vorsorglich auf die Medienarbeit. Dennoch gab es weiterhin Krisensituationen – und die Medienarbeit blieb eine mögliche Reaktion hierauf. Die deutsche Militärführung von Groener über Zenker und auch Seeckt bis zu Keitel und Jodl setzte angesichts der eigenen militärischen Beschränkungen auf den Medienkrieg. Dies galt für die Hoffnungen der letzten OHL, so während der laufenden Friedensverhandlungen die Siegermächte beeinflussen zu können und für die Reichswehrführung, die in den 1920er Jahren Deutschlands Kriegsfä-

higkeit mit seiner Hilfe wiederherstellen wollte, ebenso wie für seinem Einsatz bei der Tarnung eigener Aufrüstung und offensiver Pläne sowie für die Legitimation und Unterstützung eigener Angriffe. Damit trug das deutsche Militär zu außenpolitischen Spannungen bei, die sein britisches Gegenüber schließlich als Krise sah, auf die es auch mit einer eigenen Wendung zum Medienkrieg reagierte. Sicherlich blieben zivile Regierungsstellen, denen diese Art der Medienarbeit nach dem Ersten Weltkrieg weitgehend überantwortet worden war, in der Zwischenkriegszeit federführend. Die britischen Stabschefs Gort, Newall und Pound trieben den Medienkrieg am Vorabend des Zweiten Weltkriegs allerdings voran und waren schließlich entschlossen, ihn bereits im Frieden zu betreiben. Dennoch hatten die deutschen Streitkräfte im Zweiten Weltkrieg auch im Medienkrieg die Initiative. Inzwischen zur Routineaufgabe geworden, sollte er die eigene Schwäche im Westen während der Kämpfe in Polen verschleiern und den Angriff auf Frankreich ebenso unterstützen wie denjenigen auf die Sowjetunion. Auch sollte er die Unterstützung durch die Neutralen gewinnen und die Moral der Heimat gewährleisten. Großbritanniens Streitkräfte folgten dem deutschen Vorbild und intensivierten die eigene Medienarbeit insbesondere vom Sommer 1940 an, als sie der NS-Militärmaschinerie allein gegenüberstanden und außerhalb der Medienarbeit kaum mehr Optionen sahen. In der Folge ging auch hier der Medienkrieg zunehmend in den militärischen Routinen auf und sollte Probleme von vornherein vermeiden. Im Kalten Krieg war es für die britischen Streitkräfte daher nur naheliegend, auf die Unterstützung der Medien zu zählen. Dass die Sowjetunion auf die entsprechenden Aktivitäten reagierte, indem sie versuchte, ihre Satellitenstaaten vor westlichen Radiosendungen abzuschirmen, bestätigte die Medienwirkungsannahmen des britischen Militärs.[36]

Ob die Medienarbeit bei all dem die gewünschte Wirkung zeigte, war nicht relevant. Dass diese Möglichkeit bestand und die Medienarbeit eine greifbare Handlungsoption bot, selbst wenn andere versagten – oder zu versagen drohten –, genügte. Dass Medienspezialisten gern und oft die Wirkung ihrer Arbeit ‚bewiesen', war ein zusätzlicher Bonus. Aber selbst dann, wenn diese zweifelten und eine realistischere Einschätzung ihrer eigenen Möglichkeiten lieferten, störte das die Streitkräftespitzen nicht. Fisher schrieb seine Erfolge der Medienarbeit ungeprüft zu, die deutschen Streitkräftespitzen beharrten im Ersten Weltkrieg auf ihr, obwohl die eigenen Medienspezialisten meinten, dass der Presse nicht mehr geglaubt werde. Nach dem Ersten Weltkrieg galt sie für friedenstypische Ziele schlicht als unverzichtbar, und Eisenhower schrieb die alliierten Erfolge im Zweiten Weltkrieg auch seinen Medienexperten zu. Diese selbst allerdings merkten zumindest teilweise an, dass hierzu keine belastbaren Aussagen möglich waren. Es fehlte sogar an Klarheit darüber, was die Moral, die zu beeinflussen man angetreten war, über-

[36] COS(51)627, 26.10.1951, TNA, Defe 5/34; siehe auch Frank Kämpfer, Macht der Rede, Macht der Schrift, Macht des Bildes, in: Thilo Eisermann, Dirk Maczkiewitz und Raoul Zühlke (Hrsg.), Propaganda. Von der Macht des Wortes zur Macht der Bilder, Hamburg 1998, S. 9–36, hier S. 32.

haupt war.[37] Diese nach Zeit und Ländern unterschiedlichen Wirkungsannahmen der Medienexperten wären ein lohnendes Feld für eine weitergehende Untersuchung.

Auch die führenden Streitkräftevertreter hingen freilich nicht blind einem Wunderglauben an eine eigentlich unwirksame Maßnahme an. Sie zogen schlicht in kritischen Situationen jedes Hilfsmittel heran, dessen sie habhaft werden konnten – ohne dabei ihre eigentlichen Machtmittel aus den Augen zu verlieren. Dies zeigte die deutsche Militärführung, als sie von 1943 an die PK reduzierte, um mehr Bewaffnete zu erhalten. Die britischen Streitkräfte demonstrierten dieses Bewusstsein für ihre Kernbereiche nach dem Krieg. Zwar hielten die COS BBC-Sendungen für eine der wichtigsten „cold war activities behind the Iron Curtain" und forderten ihre angemessene finanzielle Ausstattung.[38] Dennoch waren sie nicht bereit, zugunsten des Medienkriegs auf eigene, operativ notwendige Frequenzen zu verzichten, als das Foreign Office dies vorschlug. Medienarbeit, so betonten die COS an dieser Stelle, könne auch anders als über Rundfunk gemacht werden.[39]

Mit anderen Worten: Gerade weil das Wissen um die Medienwirkungen vage blieb, gab es Raum für die Medienwirkungsannahmen der Streitkräftespitzen. Diese vermittelten ihnen Hoffnung in Krisen, schließlich sogar Hoffnung, Krisen vermeiden zu können – konnten im Zweifelsfall aber problemlos zurückgestellt werden, wenn der Preis für die Medienarbeit ihnen zu hoch schien.

[37] LERNER, Sykewar, S. 285–287. Das JIC meinte dagegen, dass Medienarbeit den Krieg „undoubtedly" verkürzt habe, JIC(45)38, 5. 6. 1945, TNA, Cab 81/93; Godfrey behauptete sogar, die britische Medienarbeit habe Rommel zuerst zum Helden werden lassen, um seine Niederlage dann für Deutschland schmerzlicher zu machen, Memorandum Godfreys zur Marinepropaganda, April 1947, TNA, Adm 223/477. Siehe auch Memorandum McLachlan, 1. 5. 1947, TNA, Adm 223/477; BRINITZER, London, S. 287 f. Fox' Urteil über das Ende der Wirkmacht des Propagandasyndroms müsste dementsprechend differenziert werden, FOX, Film, S. 316.

[38] COS(50)200, 8. 12. 1950, TNA, Defe 4/38; siehe auch COS(51)22, 31. 1. 1951, TNA, Defe 4/39.

[39] Foreign Office an COS, 7. 9. 1946, TNA, Cab 80/102/60; COS(46)137, 10. 9. 1946, TNA, Cab 79/51/17; COS(46)144, 23. 9. 1946, TNA, Cab 79/52/4.

Dank

Ein Buch zu schreiben ist mühsamer, als ich es zunächst gedacht hätte, und obwohl der langsam heranwachsende Text an sich ein Quell an Freude und Motivation ist, waren es letztlich doch die zahlreichen Menschen, die den Ausschlag dafür gegeben haben, dass diese auf meiner Dissertation (TU Braunschweig, 2013) basierende Monographie entstand. Ihnen gebührt mein Dank.

Zuallererst danke ich meiner Betreuerin, Prof. Dr. Ute Daniel, die mich von der ersten Idee an immer wieder herausgefordert und dazu gebracht hat, genauer hinzusehen, weiter zu denken und vor allem: Gedanken in Text zu verwandeln. Meinem Zweitgutachter, Prof. Dr. Andreas Gestrich, gebührt großer Dank insbesondere dafür, dass er mir immer wieder geholfen hat, das wünschbare vom machbaren zu trennen. Prof. Dr. Thomas Scharff, PD Dr. Cord-Friedrich Berghahn und PD Dr. Heiko Stoff danke ich dafür, dass sie als Mitglieder des Prüfungsausschusses mit ihren Fragen und Anregungen dazu beigetragen haben, den Feinschliff der vorliegenden Arbeit zu verbessern.

Dies gilt auch für all die lieben Menschen, die mit mir immer wieder geduldig über die zahlreichen Probleme und Fallstricke, aber auch spannenden und unterhaltsamen Entdeckungen diskutiert haben und die bereit waren, meine oftmals sehr rohen Entwürfe zu lesen und Verbesserungs- und Korrekturvorschläge zu machen. Dies sind vor allem Dr. Bernadette Descharmes, Dr. Kai Drewes, Andreas Eberhard, Johannes und Katharina Kaufmann, Dr. Thomas Kubetzky, Dr. Klaus Latzel, Tim Leffler, Dr. Heidi Mehrkens, Benjamin Plaga, Kathrin Schleicher und Ebbo Schröder. Wichtige Hinweise und Denkanstöße habe ich auch in Gesprächen mit Prof. Dr. Stephen Badsey, Prof. Dr. Frank Becker, PD Dr. Jörg Echternkamp, Prof. Dr. Jürgen Förster, Eberhard Gerbracht, Eike-Christian Heine, Prof. Dr. Bernhard Kroener, Dr. Gerhard Kümmel, Prof. Dr. Jörn Leonhard, Prof. Dr. Martin Löffelholz, Christian Methfessel, Michael Penk, Dr. Markus Pöhlmann, Prof. Dr. Iris Schröder, Andreas Steinsieck und Air Vice-Marshal Andrew Vallance erhalten.

Besonderer Dank gebührt darüber hinaus den Mitgliedern und dem Beirat des von der DFG geförderten Projekts ‚Kooperation, Kritik und Konkurrenz: Das Militär und seine Beziehungen zu den Medien im 20. Jahrhundert – ein internationaler Vergleich' sowie den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern des Deutschen Historischen Instituts in London, des Historischen Seminars, der Hans-Ulrich-Ludewig-Bibliothek und der Universitätsbibliothek der Technischen Universität Braunschweig, des Bundesarchivs Berlin-Lichterfelde, des Bundesarchivs-Militärarchivs Freiburg im Breisgau, des Bayerischen Hauptstaatsarchivs München, des Generallandesarchivs Karlsruhe, des Hauptstaatsarchivs Dresden, des Hauptstaatsarchivs Stuttgart, der National Archives London, des Archivs des Imperial War Museum, des Churchill Archives Centre Cambridge, des Liddell Hart Centre for Military Archives und der British Library. Ihre Hilfe war entscheidend dafür, Antworten auf viele Fragen zu finden – und in diesen Antworten neue Fragen.

Der DFG bin ich zu besonderem Dank verpflichtet, weil dieses Projekt ohne ihre finanzielle Förderung niemals hätte vollendet werden können. Dies gilt ebenso für das Deutsche Historische Institut London, in dessen Schriftenreihe die Arbeit zudem aufgenommen wurde. In diesem Kontext danke ich insbesondere Dr. Markus Mößlang und Jane Rafferty für ein äußerst engagiertes Lektorat. Elise Wintz und Rabea Rittgerodt vom Verlag De Gruyter Oldenbourg danke ich für die unschätzbare Unterstützung auf den ‚letzten Metern'.

Schließlich und endlich möchte ich meinen Freunden und meiner Familie danken, ohne deren mannigfaltige Unterstützung dieses Projekt auf immer Projekt geblieben wäre – und insbesondere meinen Eltern, ohne die ich nicht einmal hätte daran denken können. Ihnen ist dieses Buch gewidmet.

Abkürzungsverzeichnis

A.K.	Armeekorps
A.K.O.	Allerhöchste Kabinettsorder
AP	Associated Press of America
BBC	British Broadcasting Corporation
BEF	British Expeditionary Force
BuFA	Bild- und Filmamt
CAS	Chief of the Air Staff
CID	Committee of Imperial Defence
CIGS	Chief of the Imperial General Staff
COS	Chiefs of Staff Subcommittee des CID bzw. die darin versammelten Chiefs of Staff
DAI	Director of Air Intelligence
DK	Deutsche Kriegsnachrichten
DMI	Director of Military Intelligence
DMO	Director of Military Operations
DNI	Director of Naval Intelligence
DoI	Department of Information
DORA	Defence of the Realm Act
GHQ	General Headquarters
ISSB	Inter Services Security Board
JIC	Joint Intelligence Committee
KPrA	Kriegspresseamt
LCS	London Controlling Section
MAA	Militärische Stelle des Auswärtigen Amtes
MI7	Military Intelligence Section 7
MO 5(h)	Military Operations Section 5(h)
MoI	Ministry of Information
NID	Naval Intelligence Division
NPA	Newspaper Proprietors' Association
OBdH	Oberbefehlshabers des Heeres

OHL	Oberste Heeresleitung
OHLa	Auslandsabteilung der OHL
OKB	Offizier-Kriegsberichterstatter
OKW	Oberkommando der Wehrmacht
OSA	Official Secrets Act
OZ	Oberzensurstelle
PA	Press Association
PK	Propagandakompanien
PRC	Parliamentary Recruiting Committee
PWB	Psychological Warfare Branch
PWE	Political Warfare Executive
RAF	Royal Air Force
RMVP	Reichsministerium für Volksaufklärung und Propaganda
SCC	CID Standing Inter-Departmental Committee on Censorship
Skl	Seekriegsleitung
Ufa	Universum Film A.G.
VDZ	Verein Deutscher Zeitungsverleger
VU	Vaterländischer Unterricht
WPr	Abteilung für Wehrmachtpropaganda im Oberkommando der Wehrmacht
WTB	Wolffs Telegraphisches Büro
ZfA	Zentrale für Auslandsdienst

Personenübersicht (Auswahl)

Deutschland

Bethmann Hollweg, Theobald Theodor Friedrich von: Reichskanzler 1909–1917.

Blomberg, Generalfeldmarschall Werner Eduard Fritz von: Reichswehr-/Reichskriegsminister 1933–1938.

Boy-Ed, Kapitän zur See Karl: Vorstand des Nachrichtenbüros 1906–1909, 1916–1918.

Brauchitsch, Generalfeldmarschall Heinrich Alfred Walther von: Oberbefehlshaber des Heeres 1938–1941.

Büchsel, Admiral Wilhelm Gotthilf Karl von: Admiralstabschef 1902–1908.

Deutelmoser, Oberstleutnant Erhard Eduard: Pressereferent im preußischen Kriegsministerium 1913–1914; Leiter der Pressesektion des Generalstabs/des Kriegspresseamts 1914–1916; Leiter der Presseabteilung des Auswärtigen Amtes 1916–1918; Pressechef beim Reichskanzler 1917–1918.

Dönitz, Großadmiral Karl: Oberbefehlshaber der Kriegsmarine 1943–1945.

Falkenhayn, General Erich Georg Anton von: Preußischer Kriegsminister 1913–1915; Chef der 2. OHL 1914–1916.

Fritsch, Generaloberst Thomas Ludwig Werner Freiherr von: Chef der Heeresleitung/Oberbefehlshaber des Heeres 1934–1938.

Geßler, Otto Karl: Reichswehrminister 1920–1928.

Groener, General Karl Eduard Wilhelm: Erster Generalquartiermeister 1918–1919; Reichswehrminister 1928–1932.

Haeften, Generalmajor Hans Maximilian Gustav von: Leiter der MAA 1916–1918.

Halder, Generaloberst Franz: Generalstabschef des Heeres 1938–1942.

Hammerstein-Equord, Generaloberst Kurt Gebhard Adolf Freiherr von: Chef des Truppenamtes 1929–1930; Chef der Heeresleitung 1930–1934.

Heeringen, Admiral August von: Vorstand des Nachrichtenbüros des Reichsmarineamts 1897–1900; Chef des Admiralstabs 1911–1913.

Heeringen, Generaloberst Josias Oskar Otto von: Preußischer Kriegsminister 1909–1913.

Heye, Generaloberst August Wilhelm: Chef des Nachrichtendienstes IIIb 1910–1913; Chef des Truppenamtes 1920–1922; Chef der Heeresleitung 1926–1930.

Hindenburg, Generalfeldmarschall Paul von: „Oberbefehlshaber Ost" 1914–1916; Chef der 3. OHL 1916–1919; Reichspräsident 1925–1934.

Hollweg, Vizeadmiral Carl: Leiter des Nachrichtenbüros 1909–1912.

Holtzendorff, Großadmiral Henning von: Admiralstabschef 1915–1918.

Jodl, Generaloberst Alfred Josef Ferdinand: Chef Wehrmachtführungsamt/-stab 1938–1945.

Keitel, Generalfeldmarschall Wilhelm Bodewin Johann: Chef des Wehrmachtamtes 1935–1938; Chef des OKW 1938–1945.

Löhlein, Vizeadmiral Heinrich: Chef des Nachrichtenbüros 1912–1915.

Ludendorff, General Erich Friedrich Wilhelm: Generalstabschef Hindenburgs 1914–1916; Erster Generalquartiermeister in der 3. OHL 1916–1918.

Moltke, Generaloberst Helmuth Graf von: Generalstabschef 1906–1914.

Müller, Admiral Georg Alexander von: Chef des Marinekabinetts 1906–1918.

Murawski, Oberstleutnant Dr. Erich: Presseoffizier des Wehrbereichskommandos II 1934–1937; Mitarbeiter der WPr/PK-Kommandeur bis 1944.

Nicolai, Oberst Walter: Chef des Nachrichtendienstes IIIb 1913–1918.

Raeder, Großadmiral Erich: Mitarbeiter im Nachrichtenbüro 1906–1908; Chef der Marineleitung/Oberbefehlshaber der Kriegsmarine 1928–1943.

Reventlow, Ernst Christian Einar Graf von: 1899 als Kapitänleutnant aus der kaiserlichen Marine ausgeschieden; politischer Publizist/Journalist ab 1905.

Schleicher, General Kurt Ferdinand Friedrich von: Chef der Wehrmachtsabteilung 1926–1929; Chef des Ministeramts 1929–1932; Reichswehrminister 1932; Reichskanzler 1932–1933.

Seeckt, Generaloberst Johannes Friedrich Leopold „Hans“ von: Chef der Heeresleitung 1920–1926.

Stein, General Hermann Christlieb Matthäus von: Mitarbeiter im Großen Generalstab 1903–1912; Generalquartiermeister 1914; preußischer Kriegsminister/Obermilitärbefehlshaber 1916–1918.

Tirpitz, Großadmiral Alfred Peter Friedrich von: Staatssekretär im Reichsmarineamt 1897–1916.

Wandel, General Franz Gustav von: Stellvertretender preußischer Kriegsminister 1914–1916.

Wedel, Generalmajor Hasso Eduard Achaz von: Pressechef der Abteilung Inland im OKW 1938–1939; Leiter der WPr 1939–1945.

Wild von Hohenborn, General Adolf: Stellvertretender preußischer Kriegsminister 1914 (August); Generalquartiermeister 1914–1915; preußischer Kriegsminister 1915–1916.

Zenker, Admiral Hans: Chef der Marineleitung 1924–1928.

Großbritannien und Alliierte

Beatty, Großadmiral David, 1. Earl Beatty: Kommandeur der Schlachtkreuzer 1913–1916; Kommandeur der Grand Fleet 1916–1919; First Sea Lord 1919–1927.

Beresford, Admiral Charles „Charlie B“ William de la Poer, 1. Baron Beresford: Parlamentsmitglied 1897–1900, 1902–1903, 1910–1916; Stellvertreter Fishers bei der Mittelmeerflotte 1900–1902; Kommandeur der Kanalflotte 1903–1905; Kommandeur der Mittelmeerflotte 1905–1906; Kommandeur der Kanalflotte 1907–1909.

Boyle, Brigadegeneral Archibald: Director of Intelligence at the Air Ministry 1940–1941.

Brade, Sir Reginald Herbert: Assistant Secretary des War Office 1901–1914; Permanent Under-Secretary of State for War 1914–1920.

Brooke, Feldmarschall Alan Francis, 1. Viscount Alanbrooke: CIGS 1941–1946.

Brownrigg, Konteradmiral Sir Douglas Egremont Robert: Marine-Chefzensor 1914–1918.

Callwell, Generalmajor Sir Charles Edward: Militärangehöriger ab 1876, mit journalistischen Aktivitäten 1907–1914 u. a. bei *Morning Post*; Director of Military Operations and Intelligence 1914–1916; Deputy CIGS 1917 (Mai–Juni); danach als Journalist tätig.

Charteris, Major John: Haigs Nachrichtendienst-Chef 1916–1918; Kriegsberichterstatter in Bulgarien 1912.

Cockerill, Brigadegeneral Sir George Kynaston: Leiter der Section/des Directorate of Special Intelligence 1906–1908, 1915–1918.

Cunningham, Großadmiral Sir Andrew Browne, Viscout Cunningham of Hyndhope: First Sea Lord 1943–1946.

Cunningham, Großadmiral Sir John Henry Dacres: First Sea Lord 1946–1948.

Dickens, Admiral Sir Gerald Louis Charles: DNI 1932–1935.

Eisenhower, Feldmarschall Dwight David „Ike“: US-amerikanischer Alliierter Oberkommandierender Nordafrika/Mittelmeerraum 1942/1943; Alliierter Oberkommandierender Europa 1944–1945.

Fisher, Admiral Sir John „Jacky“ Arbuthnot, 1. Baron Fisher of Kilverstone: Kommandeur der Mittelmeerflotte 1899–1902; Second Sea Lord 1902–1903; First Sea Lord 1904–1910, 1914–1915.

French, Feldmarschall Sir John Denton Pinkstone, 1. Earl of Ypres: CIGS 1911–1914; Kommandeur der BEF 1914–1915.

Godfrey, Admiral John Henry: DNI 1939–1942.

Greene, Sir William Graham: Permanent Secretary der Admiralty 1911–1917.

Gwynne, Howell Arthur Keir: Redakteur der *Morning Post* 1911–1937.

Haig, Feldmarschall Sir Douglas, 1. Earl Haig: Kommandeur des ersten britischen Armeekorps 1914–1915; Kommandeur der BEF 1915–1918.

Hall, Admiral Sir William Reginald „Blinker“: Director of the Intelligence Division/DNI 1914–1919.

Kitchener, Feldmarschall Sir Horatio Herbert, 1. Earl Kitchener of Khartoum: Secretary of State for War 1914–1916.

Macdonogh, Generalleutnant Sir George Mark Watson: Generalstabsoffizier im War Office 1906–1914; Nachrichtendienstoffizier im GHQ der BEF 1914–1916; DMI 1916–1918; Adjutant General 1918–1922.

Maurice, Generalmajor Sir Frederick Barton: DMO 1915–1918; danach Korrespondent z. B. für *Daily Chronicle* und *Daily News*.

McLachlan, Flottillenadmiral Donald Harvey: vor und nach dem Krieg Journalist, u. a. bei der *Times* und beim *Economist*; Mitarbeiter im Heeres-Nachrichtendienst 1940; Marine-Nachrichtendienst/NID 17Z 1940–1944 (als Tarnung für seine Mitarbeit bei PWE); Mitarbeiter der PWB des Supreme Headquarters, Allied Expeditionary Force 1944–1945.

Montgomery, Feldmarschall Sir Bernard Law „Monty“, 1. Viscount Montgomery of Alamein: Oberbefehlshaber der britischen Besatzungstruppen Deutschland

1945–1946; CIGS 1946–1948; stellvertretender NATO-Oberbefehlshaber 1951–1958.

Mountbatten, Großadmiral Louis Francis Albert, 1. Earl Mountbatten of Burma: Chief of Combined Operations 1942–1943; Supreme Commander, South East Asia 1943–1946.

Mountbatten, Vizeadmiral Louis Alexander, 1. Marquess of Milford Haven, bis 1917 Prinz von Battenberg: DNI 1902–1905; First Sea Lord 1912–1914.

Murray, Sir Oswyn Alexander Ruthven: Assistant Secretary der Admiralty 1911–1917; Permanent Secretary der Admiralty 1917–1936.

Newall, Luftmarschall Sir Cyril Louis Norton, 1. Baron Newall: CAS 1937–1940.

Portal, Luftmarschall Charles Frederick Algernon, 1. Viscount Portal of Hungerford: CAS 1940–1945.

Pound, Großadmiral Sir Alfred Dudley Pickman: First Sea Lord 1939–1943.

Repington, Charles À Court: Armeemitglied 1876–1901; Militärkorrespondent, z. B. bei der *Times* 1904–1918; Redakteur des *Army Review* 1911.

Riddell, Sir George Allardice, Baron Riddell: Zeitungsbesitzer, z. B. *News of the World.*

Robertson, Charles Pennycook: Journalist, z. B. bis 1922 Redakteur des *Journalist*; seit 1916 im Militär; Leiter der *Press Section* des Air Ministry ab 1918, zuerst als Offizier, dann zivil, bis 1947, zuletzt als Deputy Director des Directorate of Public Relations.

Robertson, Feldmarschall Sir William Robert, 1. Baronet: CIGS 1915–1918.

Swinton, Generalmajor Sir Ernest Dunlop: Vereinzelte publizistische Tätigkeiten, z. B. für *Blackwood's Magazine* 1907; Offizieller Augenzeuge 1914–1915; Controller of Information im Air Ministry 1919–1921.

Tedder, Luftmarschall Sir Arthur William, 1. Baron Tedder: CAS 1946–1949.

Thomson, Konteradmiral Sir George Pirie: Chefzensor im MoI 1940–1945; Sekretär des Press Committee 1945–1963.

Trenchard, Luftmarschall Sir Hugh Montague, 1. Viscount Trenchard: CAS 1918, 1919–1930.

Vereker, Feldmarschall Sir John Standish Surtees Prendergast, 6. Viscount Gort: CIGS 1937–1939; Kommandeur der BEF 1939–1940.

Wiegand, Karl Henry von: US-amerikanischer Journalist für *United Press* 1911–1917.

Wilson, Feldmarschall Sir Henry Hughes, Baronet: DMO 1910–1914; CIGS 1918–1922.

Wilson, Feldmarschall Sir Henry Maitland, 1. Baron Wilson: SAC Mediterranean 1944; Chief British Joint Staff Mission in Washington 1945–1947.

Wood, Feldmarschall Sir Henry Evelyn: Adjutant-General 1897–1904.

Quellen- und Literaturverzeichnis

Unveröffentlichte Quellen

Bundesarchiv, Berlin (BA)

Reichskanzlei
R 43/5130; R 43 I/688; R 43 I/2494.

Reichsministerium für Volksaufklärung und Propaganda
R 55/20810; R 55/20872; R 55/20876; R 55/20927.

Bundesarchiv-Militärarchiv, Freiburg im Breisgau (BAMA)

Adjutantur des Chefs der Heeresleitung/Oberbefehlshabers des Heeres
RH 1/6; RH 1/13a; RH 1/13b; RH 1/22; RH 1/52; RH 1/53; RH 1/54; RH 1/58; RH 1/79; RH 1/81.

Admiralstab der Marine
RM 5/799; RM 5/3722; RM 5/3723; RM 5/3736; RM 5/3737; RM 5/3738; RM 5/3740; RM 5/3741; RM 5/3754; RM 5/3790; RM 5/3791; RM 5/3804; RM 5/3842; RM 5/5203; RM 5/5325.

Allgemeines Wehrmachtsamt
RW 6/37; RW 6/38; RW 6/49; RW 6/56; RW 6/142; RW 6/160; RW 6/167.

Amt Ausland/Abwehr
RW 5/654 D.

Chef des Truppenamtes/Generalstabs des Heeres
RH 2/84; RH 2/129; RH 2/294; RH 2/417; RH 2/981; RH 2/2082; RH 2/2091; RH 2/3114.

Großer Generalstab
PH 3/97; PH 3/444; PH 3/559; PH 3/592; PH 3/595; PH 3/602; PH 3/603.

Kriegswissenschaftliche Abteilung beim Admiralstab
RM 8/1768; RM 8/1770; RM 8/1992.

Marinekabinett
RM 2/1983.

Marinekommandoamt
RM 20/1445; RM 20/1492.

Militärkabinett
PH 1/55.

Nachlass Tirpitz
N 253/40; N 253/125; N 253/261; N 253/443.

Oberbefehlshaber der Kriegsmarine
RM 6/15.

Oberkommandos
PH 5/II/628.

Reichsmarineamt
RM 3/9; RM 3/21; RM 3/2620; RM 3/9618; RM 3/9685; RM 3/9798; RM 3/9901; RM 3/9951; RM 3/9954; RM 3/9955; RM 3/10201; RM 3/10260; RM 3/10266; RM 3/10279; RM 3/10349; RM 3/10350; RM 3/10371; RM 3/11679; RM 3/11703.

Seekriegsleitung
RM 7/189; RM 7/198; RM 7/202; RM 7/206; RM 7/210; RM 7/214; RM 7/219; RM 7/220; RM 7/231; RM 7/1100; RM 7/1103; RM 7/1104; RM 7/1154; RM 7/1915.

Wehrmachtführungsstab
RW 4/31; RW 4/32; RW 4/33; RW 4/155; RW 4/157; RW 4/236; RW 4/238; RW 4/239; RW 4/240; RW 4/242a; RW 4/242b; RW 4/243; RW 4/247; RW 4/247a; RW 4/256; RW 4/260; RW 4/263; RW 4/266; RW 4/330; RW 4/339; RW 4/523; RW 4/578; RW 4/812; RW 4/833.

Weitere Bestände des BAMA
MFB 4/15158 (Teils erhalten in OKW 785); RH 12/5 v. 43; RH 19 XVI/8; RH 53/7/8.

Generallandesarchiv Karlsruhe (GLAK)

Armee-Abteilung B
456 F3/546.

Armee-Oberkommando 7
456 F1/366; 456 F1/367; 456 F1/372; 456 F1/377; 456 F1/412; 456 F1/659; 456 F1/684.

Generalkommando XIV. Armeekorps
456 F5/318; 456 F5/472; 456 F6/225; 456 F6/226; 456 F6/309.

Staatsministerium
233/39399.

Stellvertretendes Generalkommando XIV. Armeekorps
456 F8/62; 456 F8/316; 456 F8/317; 456 F8/318; 456 F8/321.

Werbezentralen
456 F139/39.

Hauptstaatsarchiv Dresden (HSAD)

Sächsischer Militärbevollmächtigter in Berlin
11250/1; 11250/53.

Sächsisches Kriegsministerium
11248/7569.

Stellvertretendes Generalkommando des XII. Armeekorps
11348/3168; 11348/3192.

Bayerisches Hauptstaatsarchiv München (BayHStA)

Kriegsministerium
MKr 11528; MKr 11535; MKr 13857; MKr 13859; MKr 13867; MKr 13868; MKr 13871; MKr 13872; MKr 13873; MKr 13875; MKr 13876; MKr 13877; MKr 13878; MKr 13880; MKr 13882; MKr 13884; MKr 13886; MKr 13912; MKr 14026; MKr 14028; MKr 14585; MKr 18338.

Stellvertretendes Generalkommando I. A.K.
StvGenKdoIAK 1709; StvGenKdoIAK 1740; StvGenKdoIAK 1973.

Hauptstaatsarchiv Stuttgart (HSAS)

Amtliche militärische Druckschriften
M 635/2.

Heeresabwicklungsamt Württemberg
M 390 Bü 63; M 390 Bü 106.

Heeresgruppe Herzog Albrecht
M 30/1 Bü 9.

Kriegsministerium: Abteilung für allgemeine Armeeangelegenheiten
M 1/4 Bü 1028; M 1/4 Bü 1573.

Kriegsministerium: Zentral-Abteilung
M 1/3 Bü 152; M 1/3 Bü 504; M 1/3 Bü 532; M 1/3 Bü 533a; M 1/3 Bü 739.

Ministerium der auswärtigen Angelegenheiten: Kriegssachen
E 40/72 Bü 553; E 40/72 Bü 554; E 40/72, Bü 773.

Institut für Zeitungsforschung, Dortmund

Filmnummer 3054, Mikrofilm F 13373 – Deutelmoser. (Nachlass Deutelmoser).

Churchill Archives Centre, Cambridge (CASC)

Nachlass Fisher
FISR 1/27.

Nachlass Trenchard
TREN 1.

Liddell Hart Centre for Military Archives, London (LHCMA)

Nachlass Haig
MF 859; MF 864; MF 865.

Nachlass Kiggell
Kiggell 3/4; Kiggell 3/5.

Nachlass Liddell Hart
Liddell 15/3/48.

Nachlass Robertson
Robertson 4/1/10; Robertson 7/2/16; Robertson 7/2/18; Robertson 7/6/45; Robertson 7/8/21; Robertson 8/4/70; Robertson 8/5/94.

Imperial War Museum, London (IWM)

Nachlass Arthur
Documents.14755, Private Papers of Captain Sir George Arthur.

Nachlass French
JDPF 1, Band J; JDPF 2; JDPF 7/2; JDPF 7/12.

The National Archives, Kew (TNA)

Admiralty, Correspondence and Papers
Adm 1/8427/205; Adm 1/8455/91; Adm 1/8462/170; Adm 1/8514/41; Adm 1/8657/44; Adm 1/8775/118; Adm 1/9788; Adm 1/10014; Adm 1/10471; Adm 1/20123.

Admiralty, weitere Akten
Adm 116/3015; Adm 116/3987; Adm 116/4082; Adm 116/5097; Adm 223/477; Adm 223/478.

Air Ministry, Air Historical Branch
Air 1/31/15/1/160; Air 1/32/15/1/176; Air 1/344/15/226/290; Air 1/723/68/4; Air 1/1164/204/5/2536; Air 1/2296/209/77/20.

Air Ministry, Registered Files
Air 2/1894; Air 2/1974; Air 2/2812; Air 2/3000; Air 2/3408; Air 2/3489; Air 2/3804; Air 2/3959; Air 2/3983; Air 2/4040; Air 2/4041; Air 2/4108; Air 2/4160; Air 2/4262; Air 2/5275; Air 2/10210; Air 2/13907.

Committee of Imperial Defence
Cab 2/3; Cab 2/7; Cab 2/9; Cab 3/2; Cab 3/6; Cab 4/1; Cab 4/5; Cab 4/10; Cab 4/15; Cab 4/19; Cab 4/23; Cab 4/25; Cab 4/28; Cab 16/120; Cab 17/91.

Committee of Imperial Defence, Standing Inter-Departmental Committee on Censorship
Cab 49/1; Cab 49/3; Cab 49/4; Cab 49/5; Cab 49/6.

Committee of Imperial Defence, Chiefs of Staff Committee
Cab 53/10; Cab 53/11; Cab 53/24; Cab 53/27; Cab 53/34; Cab 53/37; Cab 53/54.

Committee of Imperial Defence, Joint Intelligence Sub-Committee
Cab 56/1; Cab 56/4; Cab 56/7.

Ministry of Information
Inf 1/384; Inf 4/1b; Inf 4/2; Inf 4/4b; Inf 4/9.

Services, Press and Broadcasting Committee and predecessors: Unregistered Papers
Defe 53/1; Defe 53/2; Defe 53/3; Defe 53/4; Defe 53/5; Defe 53/6.

War Cabinet and Cabinet, Chiefs of Staff Committee, Memoranda
Cab 80/12/62; Cab 80/12/66; Cab 80/18/31; Cab 80/19/57; Cab 80/21/10; Cab 80/21/45; Cab 80/23/10; Cab 80/24/50; Cab 80/26/19; Cab 80/28/46; Cab 80/34/18; Cab 80/39/54; Cab 80/40/86; Cab 80/41/52; Cab 80/51/51 ; Cab 80/53/32; Cab 80/53/56; Cab 80/53/74; Cab 80/66/16; Cab 80/69/33; Cab 80/71/24; Cab 80/73/25; Cab 80/74/23; Cab 80/75/55; Cab 80/86/104; Cab 80/88/19; Cab 80/94/61; Cab 80/96/31; Cab 80/102/60.

War Cabinet and Cabinet, Chiefs of Staff Committee, Minutes
Cab 79/1/59; Cab 79/3/53; Cab 79/4/75; Cab 79/5/6; Cab 79/6/56; Cab 79/7/11; Cab 79/8/10; Cab 79/8/2; Cab 79/8/30; Cab 79/8/34; Cab 79/9/30; Cab 79/11/60; Cab 79/12/12; Cab 79/12/13; Cab 79/12/27; Cab 79/12/3; Cab 79/12/43; Cab 79/16/32; Cab 79/18; Cab 79/18/13; Cab 79/18/14; Cab 79/18/24; Cab 79/20/43; Cab 79/20/8; Cab 79/22/38; Cab 79/22/42; Cab 79/22/43; Cab 79/26/27; Cab 79/26/31; Cab 79/27/24; Cab 79/27/53; Cab 79/28/24; Cab 79/29/6; Cab 79/33/17; Cab 79/33/19; Cab 79/33/3; Cab 79/34/10; Cab 79/37/11; Cab 79/37/12; Cab 79/37/14; Cab 79/37/5; Cab 79/37/6; Cab 79/38/2; Cab 79/38/10; Cab 79/42/1; Cab 79/43/1; Cab 79/44/1; Cab 79/45/1; Cab 79/45/10; Cab 79/46/1; Cab 79/48/7; Cab 79/51/17; Cab 79/52/4; Cab 79/57/40; Cab 79/57/47; Cab 79/59/35; Cab 79/61/2; Cab 79/62/12; Cab 79/62/5; Cab 79/69/21; Cab 79/7/39; Cab 79/7/43; Cab 79/7/50; Cab 79/77/14; Cab 79/79/18; Cab 79/79/21; Cab 79/80/8; Cab 79/81/17; Cab 79/81/21; Cab 79/81/7; Cab 79/82/9; Cab 79/83/10; Cab 79/83/7; Cab 79/84/23.

Ministry of Defence, Chiefs of Staff Committee
Defe 4/5; Defe 4/11; Defe 4/12; Defe 4/35; Defe 4/37; Defe 4/38; Defe 4/39; Defe 4/44; Defe 4/46; Defe 4/64; Defe 5/17; Defe 5/21; Defe 5/29; Defe 5/34; Defe 5/47.

War Cabinet and Cabinet, Committees and Sub-committees of the Chiefs of Staff Committee
Cab 81; Cab 81/76; Cab 81/77; Cab 81/78; Cab 81/80; Cab 81/87; Cab 81/87a; Cab 81/89; Cab 81/93; Cab 81/94; Cab 81/96; Cab 81/97; Cab 81/98; Cab 81/102; Cab 81/108; Cab 81/117; Cab 81/135.

War Office: Allied Forces, Mediterranean Theatre: Military Headquarters Papers, Second World War
WO 204/749; WO 204/769; WO 204/770; WO 204/799; WO 204/6310.

War Office and successors: Registered Files (General Series)
WO 32/3020; WO 32/3576; WO 32/4587; WO 32/4893; WO 32/5130; WO 32/5181; WO 32/5182; WO 32/5967; WO 32/6381; WO 32/9297; WO 32/9302; WO 32/9304; WO 32/9812.

War Office: Directorate of Military Operations and Military Intelligence, and predecessors
WO 106/1452; WO 106/1594C; WO 106/1953; WO 106/4073; WO 106/4075A; WO 106/4578; WO 106/4579; WO 106/4581; WO 106/4584; WO 106/4585; WO 106/5580; WO 106/6397; WO 106/6399.

Weitere Bestände der TNA
Air 5/585; Air 14/80; Air 19/44; Air 20/4300; Air 37/1227; Air 75/121; Air 4038; Air 10210; Cab 1/37; Cab 41/35/38; Cab 65; Cab 134/675; Cab 134/1139; CO 323/772; HO 45/23627;

HO 45/25581; HO 139/21; WO 33/1369; WO 158/897; WO 158/898; WO 193/252; WO 193/254; WO 259/4.

Library of Congress, Washington, D.C.

A History of Field Press Censorship in SHAEF, World War II, hrsg. v. Allied Forces, Supreme Headquarters, o. O. o. J. Reproduced by 201st Field Press Censorship Organization, Paramus o. J. (Field Press Censorship)

Quellen mit eigenem Kurztitel im Anmerkungsapparat

Control of Press in Time of War, Memorandum des Adjutant General Evelyn Wood an den Commander-in-Chief of the Forces vom 3. 3. 1899, TNA, WO 32/6381. (Wood, Control)

CID, Miscellaneous Papers, 39-B, Control of Press in Time of War or Threat of War, Memo by the General Staff (War Office), 12. 10. 1904, TNA, Cab 4/1. (CID, Control)

Denkschrift Heeringen, 24. 9. 1900, BAMA, RM 3/9951, Bl. 73–93. (Heeringen, 1900)

Denkschrift Hollweg, 1912, BAMA, RM 3/11703, Bl. 98–126, mit eigener Seitenzählung. (Hollweg, 1912)

Denkschrift Major Blau, Die Entwicklung der Propaganda als Waffe, ohne Datum, BAMA, RW 4/238, Bl. 17–53. (Blau, Waffe)

‚Die Grundlagen der Vorbereitung der Zusammenarbeit von Wehrmacht und Propaganda im Krieg', Vortrag auf dem Lehrgang für Presse- und Zensur-Offiziere, 1. 9. 1938, BAMA, MFB 4/15158. (‚Grundlagen der Vorbereitung')

Geheimer Nachrichtendienst u. Spionageabwehr des Heeres. Im Auftrag des Reichskriegsministeriums erstellt von Generalmajor a.D. Gempp, 11 Bde. BAMA, RW 5/654 D. (Gempp, Nachrichtendienst)

Memorandum on the Formation of a Standing Committee of Official and Press Representatives to Deal with the Publication of Naval and Military News in Times of Emergency, 6. 11. 1912, TNA, Adm, 116/4082 sowie TNA, Cab 4/5. (Brade, Formation)

Military Press Control. A History of the Work of M.I. 7. 1914–1919, TNA, WO 106/6399. (MI7 History)

Protokolle des deutschen Reichstags, 1912/14, 9, 175. Sitzung, 26. 11. 1913, S. 5976, online unter http://www.reichstagsprotokolle.de/Blatt_k13_bsb00003387_00042.html, zuletzt geprüft am 13. 9. 2013. (Reichstagsprotokolle 5976)

Wedel, Hasso von: Die Wehrmachtpropaganda 1939/1945, Teil 2: Die Propagandatruppe. Entwurf von 1958, BAMA, RW 4/157. (Wedel, Wehrmachtpropaganda 2)

Wedel, Hasso von: Wehrmachtpropaganda 1939/1945, I. Teil: Die Abteilung für Wehrmachtpropaganda im Oberkommando der Wehrmacht (OKW/W.Pr). Entwurf von 1957, BAMA, RW 4/155. (Wedel, Wehrmachtpropaganda 1)

Veröffentlichte Quellen und Egodokumente

Afflerbach, Holger (Hrsg.), Kaiser Wilhelm II. als Oberster Kriegsherr im Ersten Weltkrieg. Quellen aus der militärischen Umgebung des Kaisers 1914–1918, München 2005.

Arthur, George, Life of Lord Kitchener (Bd. 3), London 1920.

Bacon, R. H., The Life of Lord Fisher of Kilverstone, Admiral of the Fleet (Bd. 1), New York 1929.

Baumgart, Winfried (Hrsg.), Von Brest-Litovsk zur deutschen Novemberrevolution. Aus den Tagebüchern, Briefen und Aufzeichnungen von Alfons Paquet, Wilhelm Groener, Albert Hopman März bis November 1918, Göttingen 1971.

Beaverbrook, Politicians and the Press, London o. J.

Ders., Politicians and the War 1914–1916, London 1928.

Bernhardi, Friedrich von, Vom Kriege der Zukunft. Nach den Erfahrungen des Weltkrieges, Berlin 1920.

Bethmann Hollweg, Theobald von, Vor dem Kriege (Betrachtungen zum Weltkriege, Bd. 1), Berlin 1919.
Ders., Während des Krieges (Betrachtungen zum Weltkriege, Bd. 2), Berlin 1921.
Blake, Robert (Hrsg.), The Private Papers of Douglas Haig, 1914–1919. Being Selections from the Private Diary and Correspondence of Field-Marshal the Earl Haig of Benarsyde, London 1952.
Blau, Albrecht, Die geistige Kriegführung im Rahmen der Gesamtkriegführung, in: Jahrbuch für Wehrpolitik und Wehrwissenschaften, Hamburg 1939, S. 93–106.
Ders., Geistige Kriegführung, Potsdam 1937.
Ders., Propaganda als Waffe, Berlin 1935.
Boraston, Lieut-Colonel J. H. (Hrsg.), Sir Douglas Haig's Despatches (December 1915–April 1919), London 1979.
Boy-Ed, Karl, Amerika und der U-Bootskrieg, Berlin 1918.
Brailsford, Henry N., The War of Steel and Gold. A Study of the Armed Peace, Routledge 1998 (Original 1917).
Brinitzer, Carl, Hier spricht London. Von einem der dabei war, Hamburg 1969.
Brooke, Alan Francis, 1st Viscount Alanbrooke of Brookeborough, War Diaries, 1939–1945, London [6]2001.
Brownrigg, Rear Adm. Sir Douglas, Indiscretions of the Naval Censor, London 1920.
Bruntz, George G., Allied Propaganda and the Collapse of the German Empire in 1918, New York 1972 (Original 1938).
Butcher, Harry Cecil, Drei Jahre mit Eisenhower. Das persönliche Tagebuch von Kapitän zur See Harry C. Butcher, USNR, Marine-Adjutant von General Eisenhower, 1942–1945, Bern 1946.
Callwell, Charles Edward, Experiences of a Dug-Out 1914–1918, London 1921.
Ders. (Hrsg.), Field-Marshal Sir Henry Wilson, Bart., G.C.B., D.S.O. His Life and Diaries (Bd. 1), London 1927.
Ders. (Hrsg.), Field-Marshal Sir Henry Wilson, Bart., G.C.B., D.S.O. His Life and Diaries (Bd. 2), London 1927.
Chadakoff, Rochelle (Hrsg.), Eleanor Roosevelt's My Day. Her Acclaimed Columns 1936–1945, New York 1989.
Chalmers, W. S., The Life and Letters of David, Earl Beatty. Admiral of the Fleet, Viscount Borodale of Wexford, Baron Beatty of the North Sea and of Brooksby, London 1951.
Charteris, John, At G.H.Q., London 1931.
Ders., Field-Marshal Earl Haig. With a Foreword by John Buchan, London 1929.
Clausewitz, Carl von, Vom Kriege, hrsg. v. Wolfgang Pickert und Wilhelm Ritter von Schramm, Reinbek 2004.
Cockerill, George, What Fools We Were, London o. J.
Cook, Edward Tyas, The Press in War-Time. With Some Account of the Official Press Bureau. An Essay, London 1920.
Cooper, Duff, Das läßt sich nicht vergessen, München 1954.
Craig, Gordon A., Briefe Schleichers an Groener, in: Die Welt als Geschichte 11 (1951), S. 122–133.
Defence of the Realm Act, November 1914, online unter http://www.nationalarchives.gov.uk/pathways/firstworldwar/first_world_war/p_defence.htm, zuletzt geprüft am 13. 9. 2013.
Deist, Wilhelm (Hrsg.), Militär und Innenpolitik im Weltkrieg 1914–1918. 2 Bde., Düsseldorf 1970.
Deutelmoser, Erhard, Die amtliche Einwirkung auf die deutsche Öffentlichkeit im Kriege, in: Die deutsche Nation 1 (1919), S. 18–22.
Dönitz, Karl, Mein wechselvolles Leben, Göttingen [2]1975.
Ders., Zehn Jahre und zwanzig Tage. Erinnerungen 1934–1945, Bonn [11]1997.
Eisenhower, Dwight D., Kreuzzug in Europa, Amsterdam 1948.
Endres, Fritz, Der Militarismus, in: Hans Ferdinand Helmolt (Hrsg.), Das Buch vom Kriege, Berlin 1915, S. 290–296.
Falkenhayn, Erich von, Die Oberste Heeresleitung 1914–1916 in ihren wichtigsten Entschließungen, Berlin 1920.
Fisher, John Arbuthnot, Records, London 1919.
French of Ypres, Field-Marshal Viscount, 1914, London 1919.

Fröhlich, Elke (Hrsg.), Aufzeichnungen 1924–1941 (Die Tagebücher von Joseph Goebbels, Teil I), München 1987.
Dies. (Hrsg.), Diktate 1941–1945 (Die Tagebücher von Joseph Goebbels, Teil II), München 1996.
Fuller, John Frederick Charles, Memoirs of an Unconventional Soldier, London 1936.
Gerlach, Hellmut von, Die grosse Zeit der Lüge. Der Erste Weltkrieg und die deutsche Mentalität, hrsg. v. Helmut Donat und Adolf Wild, Bremen 1994.
Gibbs, Philip, Now It Can Be Told, New York 1920.
Görlitz, Walter (Hrsg.), Generalfeldmarschall Keitel – Verbrecher oder Offizier? Erinnerungen, Briefe, Dokumente des Chefs OKW, Göttingen 1961.
Groener, Wilhelm, Der Weltkrieg und seine Probleme. Rückschau und Ausblick, Berlin 1920.
Ders., Lebenserinnerungen. Jugend, Generalstab, Weltkrieg, hrsg. v. Friedrich Frhr. Hiller von Gaertringen, Göttingen 1957.
Grote, Freiherr Hans Henning von (Hrsg.), Vorsicht! Feind hört mit! Eine Geschichte der Weltkriegs- und Nachkriegsspionage, Berlin 1930.
Groth, Otto, Die Zeitung. Ein System der Zeitungskunde (Journalistik) (Bd. 2), Mannheim 1929.
Gwynne, Howell Arthur, The Press in War, in: Journal of the Royal United Service Institution 57 (1913), S. 1616–1631.
Halder, Franz, Vom Polenfeldzug bis zum Ende der Westoffensive (Kriegstagebuch, Bd. 1), hrsg. v. Hans-Adolf Jacobsen, Stuttgart 1962.
Ders., Von der geplanten Landung in England bis zum Beginn des Ostfeldzuges (Kriegstagebuch, Bd. 2), hrsg. v. Hans-Adolf Jacobsen, Stuttgart 1963.
Ders., Der Russlandfeldzug bis zum Marsch auf Stalingrad (Kriegstagebuch, Bd. 3), hrsg. v. Hans-Adolf Jacobsen, Stuttgart 1964.
Hankey, Maurice Pascal Alers, The Supreme Command. 1914–1918 (Bd. 1), London 1961.
Ders., The Supreme Command. 1914–1918 (Bd. 2), London 1961.
Hansard 1803–2005 (http://hansard.millbanksystems.com, zuletzt geprüft am 13. 9. 2013).
Helm, Hans, Nicolai und seine Helfer, in: Freiherr Hans Henning von Grote (Hrsg.), Vorsicht! Feind hört mit! Eine Geschichte der Weltkriegs- und Nachkriegsspionage, Berlin 1930, S. 39–69.
Helmolt, Hans Ferdinand (Hrsg.), Das Buch vom Kriege, Berlin 1915.
Hesse, Kurt, Der Feldherr Psychologos. Ein Suchen nach dem Führer der deutschen Zukunft, Berlin 1922.
Ders., Persönlichkeit und Masse im Zukunftskrieg. Eine Diskussion junger Offiziere über den Krieg und seine psychologischen Probleme, Berlin 1933.
Hodges, Arthur, Lord Kitchener, London 1936.
Hohenborn, Adolf Wild von, Briefe und Tagebuchaufzeichnungen des preußischen Generals als Kriegsminister und Truppenführer im Ersten Weltkrieg, hrsg. v. Helmut Reichold, Boppard am Rhein 1986.
Hubatsch, Walther (Hrsg.), Hitlers Weisungen für die Kriegführung 1939–1945. Dokumente des Oberkommandos der Wehrmacht, Erlangen 1999.
Hürten, Heinz (Hrsg.), Zwischen Revolution und Kapp-Putsch. Militär und Innenpolitik 1918–1920, Düsseldorf 1977.
Ders. (Hrsg.), Die Anfänge der Ära Seeckt. Militär und Innenpolitik 1920–1922, Düsseldorf 1979.
J., Die Bedeutung der Presse im Krieg, in: Militär-Wochenblatt. Unabhängige Zeitschrift für die deutsche Wehrmacht 98 (1913), Sp. 2589–2596.
Jeffery, Keith (Hrsg.), The Military Correspondence of Field Marshal Sir Henry Wilson 1918–1922, London 1985.
Jellicoe, Lord John, Lord Jellicoe's Erinnerungen. Englands Flotte im Weltkrieg, Berlin 1937.
Keitel, Wilhelm, Mein Leben. Pflichterfüllung bis zum Untergang. Hitlers Generalfeldmarschall und Chef des Oberkommandos der Wehrmacht in Selbstzeugnissen, hrsg. v. Werner Maser, Berlin 1998.
Kemp, P. K. (Hrsg.), The Papers of Admiral Sir John Fisher (Bd. 1), London 1960.
Kessler, Harry Graf, 1914–1916 (Das Tagebuch 1880–1937, Bd. 5), hrsg. v. Roland S. Kamzelak und Günter Riederer, Stuttgart 2008.

Ders., 1916–1918 (Das Tagebuch 1880–1937, Bd. 6), hrsg. v. Roland S. Kamzelak und Günter Riederer, Stuttgart 2006.
Knesebeck, Ludolf Gottschalk von dem, Die Wahrheit über den Propagandafeldzug und Deutschlands Zusammenbruch. Der Kampf der Publizistik im Weltkriege. Im Anhang 20 unveröffentlichte Briefe Ludendorffs aus dem Weltkrieg und die wahrscheinliche Denkschrift Bethmanns zu Falkenhayns Entlassung, Berlin 1927.
Lasswell, Harold D., Propaganda Technique in the World War, London 1927.
Lloyd George, David, War Memoirs (Bd. 1), London 1933.
Ders., War Memoirs (Bd. 2), London 1933.
Ders., War Memoirs (Bd. 3), London 1934.
Ders., War Memoirs (Bd. 4), London 1934.
Ders., War Memoirs (Bd. 5), London 1936.
Ders., War Memoirs (Bd. 6), London 1936.
Lossberg, Fritz von, Meine Tätigkeit im Weltkriege 1914–1918, Berlin 1939.
Ludendorff, Erich, Der totale Krieg, München 1935.
Ders., Meine Kriegserinnerungen 1914–1918, Berlin 1919.
Ders., Urkunden der Obersten Heeresleitung über ihre Tätigkeit 1916/18, Berlin 1920.
Lytton, Neville, The Press and the General Staff, London 1920.
Mahan, Alfred Thayer, The Influence of Sea Power upon History 1660–1783, London 1889.
Marder, Arthur Jacob (Hrsg.), Fear God and Dread Nought. The Correspondence of Admiral of the Fleet Lord Fisher of Kilverstone. 3 Bde., Oxford 1952–1959.
Ders. (Hrsg.), The Making of an Admiral 1854–1904 (Fear God and Dread Nought. The Correspondence of Admiral of the Fleet Lord Fisher of Kilverstone, Bd. 1), Oxford 1952.
Ders. (Hrsg.), Years of Power, 1904–1914 (Fear God and Dread Nought. The Correspondence of Admiral of the Fleet Lord Fisher of Kilverstone, Bd. 2), Oxford 1956.
Martin, Hans-Leo, Unser Mann bei Goebbels. Verbindungsoffizier des Oberkommandos der Wehrmacht beim Reichspropagandaminister 1940–1944, Neckargemünd 1973.
Mataja, Victor, Die Reklame. Eine Untersuchung über Ankündigungswesen und Werbetätigkeit im Geschäftsleben, Leipzig 1910.
Millis, Walter (Hrsg.), The War Reports of General of the Army George C. Marshall, Chief of Staff, General of the Army H. H. Arnold, Commanding General, Army Air Foces, Fleet Admiral Ernest J. King, Commander-in-Chief, United States Fleet and Chief of Naval Operations, Philadelphia 1947.
Moltke, Helmuth von, Erinnerungen, Briefe, Dokumente 1877–1916, hrsg. v. Eliza von Moltke, Stuttgart 1922.
Mühsam, Kurt, Wie wir belogen wurden. Die amtliche Irreführung des deutschen Volkes, München 1918.
Müller, Georg Alexander von, Regierte der Kaiser? Kriegstagebücher, Aufzeichnungen und Briefe des Chefs des Marine-Kabinetts Admiral Georg Alexander von Müller 1914–1918, hrsg. v. Walter Görlitz, Göttingen 1959.
Nicolai, Walter, Geheime Mächte. Internationale Spionage und ihre Bekämpfung im Weltkrieg und heute, Leipzig 1923.
Ders., Nachrichtendienst, Presse und Volksstimmung im Weltkrieg, Berlin 1920.
Official Secrets Act, 1911, online unter http://www.legislation.gov.uk/ukpga/Geo5/1-2/28/contents/enacted, zuletzt geprüft am 13. 9. 2013.
Ponsonby, Arthur, Falsehood in War-Time. An Amazing Collection of Carefully Documented Lies Circulated in Great Britain, France, Germany, Italy and America During the Great War, London ³1928.
Preußische Gesetzessammlung 1851, hrsg. v. Staats-Ministerium, Berlin 1851.
Protokolle des deutschen Reichstags (http://www.reichstagsprotokolle.de/index.html, zuletzt geprüft am 13. 9. 2013).
Raeder, Erich, Von 1935 bis Spandau 1955 (Mein Leben, Bd. 2), Tübingen 1957.
Rathert, Helmut, Die deutsche Kriegsberichterstattung und Presse als Kampfmittel im Weltkrieg, Großenhain i. Sa. 1934.
Reichsgesetzblatt 1874, hrsg. v. Reichsamt des Innern, Berlin 1874.
Reichsgesetzblatt 1893, hrsg. v. Reichsamt des Innern, Berlin 1893.

Reichsgesetzblatt 1919, hrsg. v. Reichsministerium des Innern, Berlin 1919.
Riezler, Kurt, Tagebücher, Aufsätze, Dokumente, hrsg. v. Karl Dietrich Erdmann, Göttingen 2008.
Robertson, Sir William, From Private to Field-Marshal, London 1921.
Rolo, Charles J., Radio Goes to War. The „Fourth Front", London 1943.
Schmidt-Scheeder, Georg, Reporter der Hölle. Die Propaganda-Kompanien im 2. Weltkrieg. Erlebnis und Dokumentation, Stuttgart 1977.
Schramm, Percy E. (Hrsg.), Kriegstagebuch des OKW 1940–1941 (Bd. 1, Teilband 1), Augsburg 2005.
Ders. (Hrsg.), Kriegstagebuch des OKW 1940–1941 (Bd. 1, Teilband 2), Augsburg 2005.
Ders. (Hrsg.), Kriegstagebuch des OKW 1942 (Bd. 2, Teilband 1), Augsburg 2005.
Ders. (Hrsg.), Kriegstagebuch des OKW 1943 (Bd. 3, Teilband 2), Augsburg 2005.
Ders. (Hrsg.), Kriegstagebuch des OKW 1943 (Bd. 3, Teilband 1), Augsburg 2005.
Ders. (Hrsg.), Kriegstagebuch des OKW 1944–1945 (Bd. 4, Teilband 1), Augsburg 2005.
Ders. (Hrsg.), Kriegstagebuch des OKW 1944–1945 (Bd. 4, Teilband 2), Augsburg 2005.
Schüddekopf, Otto-Ernst (Hrsg.), Das Heer und die Republik. Quellen zur Politik der Reichswehrführung 1918 bis 1933, Hannover 1955.
Slessor, John Cotesworth, The Central Blue. Recollections and Reflections, London 1956.
Soldan, George, Der Mensch und die Schlacht der Zukunft, Oldenburg 1925.
Sommerfeldt, Martin Henry, Das Oberkommando der Wehrmacht gibt bekannt. Ein Augenzeugenbericht des Auslandsprechers des OKW, Frankfurt am Main 1952.
Sösemann, Bernd (Hrsg.), Propaganda. Medien und Öffentlichkeit in der NS-Diktatur (Bd. 1), Stuttgart 2011.
Ders. (Hrsg.), Propaganda. Medien und Öffentlichkeit in der NS-Diktatur (Bd. 2), Stuttgart 2011.
Ders. (Hrsg.), Theodor Wolff. Tagebücher 1914–1919. Der Erste Weltkrieg und die Entstehung der Weimarer Republik in Tagebüchern, Leitartikeln und Briefen des Chefredakteurs am ‚Berliner Tageblatt' und Mitbegründers der ‚Deutschen Demokratischen Partei'. Erster Teil, Boppard am Rhein 1984.
Statistics of the Military Effort of the British Empire During the Great War, 1914–1920, hrsg. v. H.M. Stationary Office, London 1922.
Stead, William Thomas: Who is Responsible for the Navy, in: Pall Mall Gazette, 26. 9. 1884, online unter http://www.attackingthedevil.co.uk/pmg/who.php, zuletzt geprüft am 16. 9. 2013.
Steinbeck, John, Once There Was a War, London 1979.
Stenographischer Bericht über die öffentlichen Verhandlungen des Untersuchungsausschusses. 14. Sitzung des 2. Unterausschusses. Dienstag den 18. November 1919, online unter http://www.1000dokumente.de/index.html?c=dokument_de&dokument=0026_dol&object=translation&st=&l=de, zuletzt geprüft am 5. 7. 2014.
Stuart, Campbell Arthur, Secrets of Crewe House. The Story of a Famous Campaign, London 1921.
Stürgkh, Josef, Im Deutschen Großen Hauptquartier, Leipzig 1921.
Swinton, Ernest Dunlop, Eyewitness. Being Personal Reminiscences of Certain Phases of the Great War, Including the Genesis of the Tank, New York 1932.
Taylor, H. A., Robert Donald. Being the Authorized Biography of Sir Robert Donald, G.B.E., LL.D., Journalist, Editor and Friend of Statesmen, London 1934.
Tedder, Arthur William, With Prejudice. The War Memoirs of Marshal of the Royal Air Force, Lord Tedder (Arthur William Tedder, Baron Tedder), London 1966.
Thaer, Albrecht von, Generalstabsdienst an der Front und in der OHL. Aus Briefen und Tagebuchaufzeichnungen 1915–1919, hrsg. v. Siegfried A. Kaehler, Göttingen 1958.
Thimme, Hans, Weltkrieg ohne Waffen. Die Propaganda der Westmächte gegen Deutschland, ihre Wirkung und ihre Abwehr, Stuttgart 1932.
Thomas, William I. und Dorothy Swaine Thomas, The Child in America. Behavior Problems and Programs, New York 1928.
Thomson, George P., Blue Pencil Admiral, London 1949.
Tirpitz, Alfred von, Deutsche Ohnmachtspolitik im Weltkriege, Hamburg 1926.
Ders., Erinnerungen, Leipzig ^{6}1942.

Vogel, Walter, Die Organisation des amtlichen Presse- und Nachrichtenwesens des Deutschen Reiches von den Anfängen unter Bismarck bis zum Beginn des Jahres 1933, in: Zeitungswissenschaft: Monatsschrift für internationale Zeitungsforschung 16 (1941), S. 1–108.
Wedel, Hasso von, Die Propagandatruppen der Deutschen Wehrmacht, Neckargemünd 1962.
Wette, Wolfram, Ricarda Bremer und Detlef Vogel (Hrsg.), Das letzte halbe Jahr. Stimmungsberichte der Wehrmachtpropaganda 1944/45, Essen 2001.
Woodward, David R. (Hrsg.), The Military Correspondence of Field-Marshal Sir William Robertson, Chief of the Imperial General Staff. December 1915–February 1918, London 1989.
Wrochem, Alfred von, Planmäßige Zersetzung des deutschen Volkes, Leipzig 1925.
Young, Filson, With the Battle Cruisers, Annapolis 1986.
Zechlin, Walter, Pressechef bei Ebert, Hindenburg und Kopf. Erlebnisse eines Pressechefs und Diplomaten, Hannover 1956.
Ziegler, Philip (Hrsg.), Personal Diary of Admiral the Lord Louis Mountbatten, Supreme Allied Commander, South-East Asia, 1943–1946, London 1988.
Zwehl, Hans von, Erich von Falkenhayn, General der Infanterie. Eine biographische Studie, Berlin 1926.

Zeitungen und Zeitschriften

Flight and Aircraft Engineer (http://www.flightglobal.com, zuletzt geprüft am 13. 9. 2013)
The Journalist (http://www.thejournalist.org.uk, zuletzt geprüft am 13. 9. 2013)
The London Gazette (http://www.london-gazette.co.uk, zuletzt geprüft am 13. 9. 2013)
The New York Times
The Times

Sekundärliteratur

Ackermann, Jens P., Die Geburt des modernen Propagandakrieges im Ersten Weltkrieg. Dietrich Schäfer. Gelehrter und Politiker, Frankfurt am Main 2004.
Adamthwaite, Anthony, The British Government and the Media, 1937–1938, in: JCH 18 (1983), S. 281–297.
Afflerbach, Holger, Falkenhayn. Politisches Denken und Handeln im Kaiserreich, München [2]1996.
Ahammer, Barbara, ‚Lubok'-Blätter und ‚Vaterländischer Unterricht', in: ÖMZ 46 (2008), S. 18–25.
Allen, Hubert Raymond, The Legacy of Lord Trenchard, London 1972.
Altenhöner, Florian, Kommunikation und Kontrolle. Gerüchte und städtische Öffentlichkeiten in Berlin und London 1914/1918, München 2008.
Ders., Total War – Total Control? German Military Intelligence on the Home Front, 1914–1918, in: The Journal of Intelligence History 5 (2005), S. 55–72.
Ambrose, Stephen E., The Supreme Commander. The War Years of General Dwight D. Eisenhower, New York 1970.
Andel, Michal, Detlef Brandes, Alfons Labisch, Jiří Pešek und Thomas Ruzicka (Hrsg.), Propaganda, (Selbst-)Zensur, Sensation. Grenzen von Presse- und Wissenschaftsfreiheit in Deutschland und Tschechien seit 1871, Essen 2005.
Andrew, Christopher Maurice, The Defence of the Realm. The Authorized History of MI5, London [2]2010.
Andrew, Christopher Maurice und David Dilks (Hrsg.), The Missing Dimension. Governments and Intelligence Communities in the Twentieth Century, London 1984.
Armbrecht, Wolfgang und Horst Avenarius (Hrsg.), Ist Public Relations eine Wissenschaft? Eine Einführung, Opladen 1992.
Aulich, Jim und John Hewitt, Seduction or Instruction? First World War Posters in Britain and Europe, Manchester 2007.
Aust, Martin und Daniel Schönpflug, Vom Gegner lernen. Einführende Überlegungen zu einer Interpretationsfigur der Geschichte Europas im 19. und 20. Jahrhundert, in: dies. (Hrsg.), Vom

Gegner lernen. Feindschaften und Kulturtransfers im Europa des 19. und 20. Jahrhunderts, Frankfurt am Main 2007, S. 9–35.
Dies. (Hrsg.), Vom Gegner lernen. Feindschaften und Kulturtransfers im Europa des 19. und 20. Jahrhunderts, Frankfurt am Main 2007.
Baddeley, V. W., überarbeitet durch Halpern, Paul G., Beresford, Charles William de la Poer, Baron Beresford, in: ODNB 5, Oxford 2004, S. 323–326.
Badsey, Stephen, Haig and the Press, in: Brian Bond und Nigel Cave (Hrsg.), Haig. A Re-Appraisal 80 Years On, Barnsley 2009, S. 176–195.
Ders., Modern Military Operations and the Media, Camberley 1994.
Ders., The Influence of the Media on Recent British Military Operations, in: Ian Stewart und Susan L. Carruthers (Hrsg.), War, Culture and the Media. Representations of the Military in 20th Century Britain, Trowbridge 1996, S. 5–21.
Ders., Introduction, in: ders. (Hrsg.), The Media and International Security, London 2000, S. XVII–XXXII.
Ders. (Hrsg.), The Media and International Security, London 2000.
Ders., ‚The Missing Western Front'. British Politics, Strategy, and Propaganda in 1918, in: Mark Connelly und David Welch (Hrsg.), War and the Media. Reportage and Propaganda, London 2007, S. 47–64.
Bain, Peter und John Gennard, A History of the Society of Graphical and Allied Trades, London 1995.
Bald, Detlef, Der deutsche Generalstab 1859–1939. Reform und Restauration in Ausbildung und Bildung, München 1977.
Balfour, Michael L. G., Propaganda in War 1939–1945. Organisations, Policies and Politics in Britain and Germany, London 1979.
Barkhausen, Hans, Filmpropaganda für Deutschland im Ersten und Zweiten Weltkrieg, Hildesheim 1982.
Barth, Boris, Dolchstoßlegenden und politische Desintegration. Das Trauma der deutschen Niederlage im Ersten Weltkrieg 1914–1933, Düsseldorf 2003.
Bar-Yosef, Eitan, The Last Crusade? British Propaganda and the Palestine Campaign, 1917–1918, in: JCH 36 (2001), S. 87–110.
Bauer, Peter, Die Organisation der amtlichen Pressepolitik in der Weimarer Zeit. Vereinigte Presseabteilung der Reichsregierung und des Auswärtigen Amtes, Berlin 1962.
Bauerkämper, Arnd und Elise Julien (Hrsg.), Durchhalten! Krieg und Gesellschaft im Vergleich 1914–1918, Göttingen 2010.
Baumeister, Martin, ‚L'effet de réel'. Zum Verhältnis von Krieg und Film 1914–1918, in: Bernhard Chiari, Matthias Rogg und Wolfgang Schmidt (Hrsg.), Krieg und Militär im Film des 20. Jahrhunderts, München 2003, S. 245–268.
Baylen, Joseph O., Stead, William Thomas, in: ODNB 52, Oxford 2004, S. 331–333.
Baylis, John, Anglo-American Defence Relations, 1939–1984. The Special Relationship, London [2]1984.
Beck, Hans-Christian und Christian Singer (Hrsg.), Entscheiden, Führen, Verantworten. Soldatsein im 21. Jahrhundert, Berlin 2011.
Becker, Frank, ‚Bewaffnetes Volk' oder ‚Volk in Waffen'? Militärpolitik und Militarismus in Deutschland und Frankreich 1870–1914, in: Christian Jansen (Hrsg.), Der Bürger als Soldat. Die Militarisierung europäischer Gesellschaften im langen 19. Jahrhundert. Ein internationaler Vergleich, Essen 2004, S. 158–174.
Becker, Jean-Jacques und Gerd Krumeich, Der Große Krieg. Deutschland und Frankreich 1914–1918, Essen 2010.
Beckett, Ian F. W., Haig and French, in: Brian Bond und Nigel Cave (Hrsg.), Haig. A Re-Appraisal 80 Years On, Barnsley 2009, S. 51–63.
Ders. (Hrsg.), The Army and the Curragh Incident 1914, London 1986.
Ders., The Nation in Arms, 1914–1918, in: ders. und Keith Simpson (Hrsg.), A Nation in Arms. A Social Study of the British Army in the First World War, London 1985, S. 1–35.
Ders. und Keith Simpson (Hrsg.), A Nation in Arms. A Social Study of the British Army in the First World War, London 1985.
Beesly, Patrick, Godfrey, John Henry (1888–1971), in: ODNB, Bd. 22, Oxford 2004, S. 568f.

Bentele, Günter, Hans-Bernd Brosius und Otfried Jarren (Hrsg.), Öffentliche Kommunikation. Handbuch der Kommunikations- und Medienwissenschaft, Wiesbaden 2003.
Berger, Jürgen, Listen to Britain. Strukturen und Arbeitsweisen der Films Division des Ministry of Information 1939–45. Ein Beitrag zur Administrations- und Produktionsgeschichte britischer Filmpropaganda, Diss., Konstanz 2001, online unter http://www.gestaltung.hs-mannheim.de/designwiki/files/4672/diss%20berger.pdf, zuletzt geprüft am 13. 9. 2013.
Berghahn, Volker R., Der Tirpitz-Plan. Genesis und Verfall einer innenpolitischen Krisenstrategie unter Wilhelm II., Düsseldorf 1971.
Berghoff, Hartmut, Rationierung, in: Gerhard Hirschfeld, Gerd Krumeich und Irina Renz (Hrsg.), Enzyklopädie Erster Weltkrieg, Paderborn 2003, S. 787–789.
Bergien, Rüdiger und Ralf Pröve (Hrsg.), Spießer, Patrioten, Revolutionäre. Militärische Mobilisierung und gesellschaftliche Ordnung in der Neuzeit, Göttingen 2010.
Bickel, Keith B., Mars Learning. The Marine Corps Development of Small Wars Doctrine, 1915–1940, Boulder 2001.
Bir, Christoph, Steffen Burkert, Ralf Knuth, Oliver Lindberg, Judith Rakers und Anja Steinhorst, Bewegte Bilder – Der Film. Ein neues Medium propagiert den Krieg, in: Raoul Zühlke (Hrsg.), Bildpropaganda im Ersten Weltkrieg, Hamburg, 2000, S. 327–396.
Bleicher, Joan, Mediengeschichte des Fernsehens, in: Helmut Schanze (Hrsg.), Handbuch der Mediengeschichte, Stuttgart 2001, S. 490–518.
Boetticher, Friedrich von, Schlieffen. Viel leisten, wenig hervortreten – mehr sein als scheinen, Göttingen ²1973.
Boghardt, Thomas, Spies of the Kaiser. German Covert Operations in Great Britain During the First World War Era, Basingstoke 2004.
Boll, Bernd, Das Bild als Waffe. Quellenkritische Anmerkungen zum Foto- und Filmmaterial der deutschen Propagandatruppen 1938–1945, in: ZfG 54 (2006), S. 974–998.
Bond, Brian, British Military Policy Between the Two World Wars, Oxford 1980.
Ders. und Ian Roy (Hrsg.), War and Society. A Yearbook of Military History (Bd. 1), London 1975.
Ders. und Nigel Cave (Hrsg.), Haig. A Re-Appraisal 80 Years On, Barnsley 2009.
Bösch, Frank, Ereignisse, Performanz und Medien in historischer Perspektive, in: ders. und Patrick Schmidt (Hrsg.), Medialisierte Ereignisse. Performanz, Inszenierung und Medien seit dem 18. Jahrhundert, Frankfurt am Main 2010, S. 7–29.
Ders., Mediengeschichte. Vom asiatischen Buchdruck zum Fernsehen, Frankfurt am Main 2011.
Ders., Öffentliche Geheimnisse. Skandale, Politik und Medien in Deutschland und Großbritannien 1880–1914, München 2009.
Ders. und Dominik Geppert (Hrsg.), Journalists as Political Actors. Transfers and Interactions Between Britain and Germany Since the Late 19th Century, Augsburg 2008.
Ders. und Patrick Schmidt (Hrsg.), Medialisierte Ereignisse. Performanz, Inszenierung und Medien seit dem 18. Jahrhundert, Frankfurt am Main 2010.
Bourne, John M., Westfront, in: Gerhard Hirschfeld, Gerd Krumeich und Irina Renz (Hrsg.), Enzyklopädie Erster Weltkrieg, Paderborn 2003, S. 960–967.
Boyce, George, Crusaders without Chains. Power and the Press Barons, 1896–1951, in: James Curran (Hrsg.), Impacts and Influences. Essays on Media Power in the Twentieth Century, London 1987, S. 97–112.
Boyce, Robert, The Great Interwar Crisis and the Collapse of Globalization, Houndmills 2009.
Boyle, Andrew, Trenchard. Man of Vision, London 1962.
Braestrup, Peter (Mitarbeit), Battle Lines. Report of the Twentieth Century Fund Task Force on the Military and the Media, New York 1985.
Bremm, Klaus-Jürgen, „Staatszeitung“ und „Leichenfabrik“. Die In- und Auslandspropaganda Deutschlands und Großbritanniens während des Ersten Weltkrieges im Vergleich, in: ÖMZ 46 (2008), S. 11–17.
Brocks, Christine, Die bunte Welt des Krieges. Bildpostkarten aus dem Ersten Weltkrieg 1914–1918, Essen 2008.
Brückner, Hilmar-Detlef, Die Nachrichtenoffiziere (N.O.) der Sektion/Abteilung III B des Großen Generalstabes der Preußisch-Deutschen Armee 1906–1918, in: Jürgen W. Schmidt (Hrsg.), Geheimdienste, Militär und Politik in Deutschland, Ludwigsfelde 2008, S. 16–76.

Bruendel, Steffen, Vor-Bilder des Durchhaltens. Die deutsche Kriegsanleihe-Werbung 1917/18, in: Arnd Bauerkämper und Elise Julien (Hrsg.), Durchhalten! Krieg und Gesellschaft im Vergleich 1914–1918, Göttingen 2010, S. 81–108.

Buchbender, Ortwin, Das tönende Erz. Deutsche Propaganda gegen die Rote Armee im Zweiten Weltkrieg, Stuttgart 1978.

Ders. und Horst Schuh, Die Waffe, die auf die Seele zielt. Psychologische Kriegführung 1939–1945, Stuttgart ^{2}1988.

Buschmann, Nikolaus und Aribert Reimann, Die Konstruktion historischer Erfahrung. Neue Wege zu einer Erfahrungsgeschichte des Krieges, in: Nikolaus Buschmann und Horst Carl (Hrsg.), Wege zu einer Erfahrungsgeschichte des Krieges, Paderborn 2001, S. 261–271.

Ders. und Horst Carl (Hrsg.), Wege zu einer Erfahrungsgeschichte des Krieges, Paderborn 2001.

Bussemer, Thymian, Propaganda. Konzepte und Theorien, Wiesbaden ^{2}2008.

Carl, Horst, Hans-Henning Kortüm, Dieter Langewiesche und Friedrich Lenger, Krieg und Kriegsniederlage – historische Erfahrung und Erinnerung, in: dies. (Hrsg.), Kriegsniederlagen. Erfahrungen und Erinnerungen, Berlin 2004.

Dies. (Hrsg.), Kriegsniederlagen. Erfahrungen und Erinnerungen, Berlin 2004.

Carver, Michael (Hrsg.), The War Lords. Military Commanders of the Twentieth Century, Boston 1976.

Cassar, George H., Kitchener's War. British Strategy from 1914 to 1916, Washington, D.C. 2004.

Catterall, Peter (Hrsg.), Northcliffe's Legacy. Aspects of the British Popular Press, 1896–1996, New York 2000.

Chalaby, Jean, Northcliffe. Proprietor as Journalist, in: Peter Catterall (Hrsg.), Northcliffe's legacy. Aspects of the British Popular Press, 1896–1996, New York 2000, S. 27–44.

Chapman, James, The British at War. Cinema, State and Propaganda, 1939–1945, London 1998.

Chiari, Bernhard, Matthias Rogg und Wolfgang Schmidt (Hrsg.), Krieg und Militär im Film des 20. Jahrhunderts, München 2003.

Chickering, Roger, Imperial Germany and the Great War. 1914–1918, Cambridge 1998.

Ders. und Stig Förster (Hrsg.), Great War, Total War. Combat and Mobilization on the Western Front, 1914–1918, Cambridge 2000.

Cohen, Bernard Cecil, The Press and Foreign Policy, Princeton 1963.

Cole, Robert, Propaganda, Censorship and Irish Neutrality in the Second World War, Edinburgh 2006.

Connelly, Mark, The British People, the Press, and the Strategic Air Campaign Against Germany, in: Contemporary British History 16 (2002), S. 39–58.

Ders. und David Welch (Hrsg.), War and the Media. Reportage and Propaganda, London 2007.

Coogan, John W. und Peter F. Coogan, The British Cabinet and the Anglo-French Staff Talks, 1905–1914. Who Knew What and When Did He Know It?, in: Journal of British Studies 24 (1985), S. 110–131.

Corneließen, Christoph, Militärzensur der Presse im Deutschen Kaiserreich während des Ersten Weltkriegs, in: Michal Andel, Detlef Brandes, Alfons Labisch, Jiří Pešek und Thomas Ruzicka (Hrsg.), Propaganda, (Selbst-)Zensur, Sensation. Grenzen von Presse- und Wissenschaftsfreiheit in Deutschland und Tschechien seit 1871, Essen 2005, S. 33–50.

Cornwall, Mark, The Undermining of Austria-Hungary. The Battle for Hearts and Minds, Basingstoke 2000.

Corum, James S., The Roots of Blitzkrieg. Hans von Seeckt and the German Military Reform, Lawrence 1992.

Creutz, Martin, Die Pressepolitik der kaiserlichen Regierung während des Ersten Weltkriegs. Die Exekutive, die Journalisten und der Teufelskreis der Berichterstattung, Frankfurt am Main 1996.

Crossman, Richard H. S., Supplementary Essay, in: Daniel Lerner, Psychological Warfare Against Nazi Germany. The Sykewar Campaign, D-Day to VE-Day, Cambridge 1971, S. 323–346.

Cruickshank, Charles Grieg, Deception in World War II, Oxford 1979.

Cunningham, Stanley B., The Idea of Propaganda. A Reconstruction, London 2002.

Curran, James (Hrsg.), Impacts and Influences. Essays on Media Power in the Twentieth Century, London 1987.

Ders. (Hrsg.), Media and Society, London 2010.

Ders. und Jean Seaton, Power without Responsibility. The Press, Broadcasting, and New Media in Britain, London [6]2003.
Czech, Hans-Jörg und Nikola Doll (Hrsg.), Kunst und Propaganda im Streit der Nationen 1930–1945, Dresden 2007.
Daniel, Ute, Arbeiterfrauen in der Kriegsgesellschaft. Beruf, Familie und Politik im Ersten Weltkrieg, Göttingen 1989.
Dies. (Hrsg.), Augenzeugen. Kriegsberichterstattung vom 18. zum 21. Jahrhundert, Göttingen 2006.
Dies., Der Gallipoli-Effekt oder: zum Wandel des Kriegsberichterstatters vom Augenzeugen zum Aufklärer, in: Daniela Münkel (Hrsg.), Geschichte als Experiment. Studien zu Politik, Kultur und Alltag im 19. und 20. Jahrhundert, Frankfurt am Main 2004, S. 181–193.
Dies., Die Geburt der Medientheorie aus dem Geist der Propaganda. Entstehungskontexte der Medienforschung in der ersten Hälfte des 20. Jahrhunderts, in: Jürgen Reulecke und Volker Roelcke (Hrsg.), Wissenschaften im 20. Jahrhundert. Universitäten in der modernen Wissensgesellschaft, Stuttgart 2008, S. 55–77.
Dies., Die Politik der Propaganda. Zur Praxis gouvernementaler Selbstrepräsentation vom Kaiserreich bis zur Bundesrepublik, in: dies. und Wolfram Siemann (Hrsg.), Propaganda. Meinungskampf, Verführung und politische Sinnstiftung 1789–1989, Frankfurt am Main 1994, S. 44–82.
Dies., Einkreisung und Kaiserdämmerung. Ein Versuch, der Kulturgeschichte der Politik vor dem Ersten Weltkrieg auf die Spur zu kommen, in: Barbara Stollberg-Rilinger (Hrsg.), Was heißt Kulturgeschichte des Politischen? Berlin 2005, S. 279–328.
Dies., Kompendium Kulturgeschichte. Theorien, Praxis, Schlüsselwörter, Frankfurt am Main [5]2006.
Dies., Suggestive Experten. Zur Etablierung der US-amerikanischen Medienforschung in den 1930–1950er Jahren, in: Berichte zur Wissenschaftsgeschichte 30 (2007), S. 183–198.
Dies. und Axel Schildt, Einleitung, in: dies. (Hrsg.), Massenmedien im Europa des 20. Jahrhunderts, Köln 2010, S. 9–32.
Dies. und Axel Schildt (Hrsg.), Massenmedien im Europa des 20. Jahrhunderts, Köln 2010.
Dies. und Wolfram Siemann (Hrsg.), Propaganda. Meinungskampf, Verführung und politische Sinnstiftung 1789–1989, Frankfurt am Main 1994.
Davidson, Janine, Lifting the Fog of Peace. How Americans Learned to Fight Modern War, Ann Arbor 2011.
Davis, Belinda J., Home Fires Burning. Food, Politics, and Everyday Life in World War I Berlin, Chapel Hill 2000.
De Groot, Gerard J., Douglas Haig. 1861–1928, London 1988.
Deist, Wilhelm, Armee und Arbeiterschaft 1905–1918, in: ders., Militär, Staat und Gesellschaft. Studien zur preußisch-deutschen Militärgeschichte, München 1991, S. 83–102.
Ders., Auf dem Wege zur ideologisierten Kriegführung. Deutschland 1918–1945, in: ders., Militär, Staat und Gesellschaft. Studien zur preußisch-deutschen Militärgeschichte, München 1991, S. 385–429.
Ders., Das Militär an der ‚Heimatfront' 1914 bis 1918 und 1939 bis 1945, in: Bruno Thoß und Hans-Erich Volkmann (Hrsg.), Erster Weltkrieg, Zweiter Weltkrieg. Ein Vergleich, Paderborn 2002, S. 375–389.
Ders., Der militärische Zusammenbruch des Kaiserreichs. Zur Realität der Dolchstoßlegende, in: ders., Militär, Staat und Gesellschaft. Studien zur preußisch-deutschen Militärgeschichte, München 1991, S. 211–233.
Ders., Die Aufrüstung der Wehrmacht, in: ders., Manfred Messerschmidt, Hans-Erich Volkmann und Wolfram Wette (Hrsg.), Ursachen und Voraussetzungen der deutschen Kriegspolitik, Stuttgart 1979, S. 371–532.
Ders., Die Reichswehr und der Krieg der Zukunft, in: MGM 45 (1989), S. 81–92.
Ders., Flottenpolitik und Flottenpropaganda. Das Nachrichtenbureau des Reichsmarineamtes 1897–1914, Stuttgart 1976.
Ders., Kaiser Wilhelm II. als Oberster Kriegsherr, in: ders., Militär, Staat und Gesellschaft. Studien zur preußisch-deutschen Militärgeschichte, München 1991, S. 1–18.
Ders., Militär, Staat und Gesellschaft. Studien zur preußisch-deutschen Militärgeschichte, München 1991.

Ders., Reichsmarineamt und Flottenverein 1903–1906, in: ders., Militär, Staat und Gesellschaft. Studien zur preußisch-deutschen Militärgeschichte, München 1991, S. 57–81.
Ders., Strategy and Unlimited Warfare in Germany. Moltke, Falkenhayn, and Ludendorff, in: Roger Chickering und Stig Förster (Hrsg.), Great War, Total War. Combat and Mobilization on the Western Front, 1914–1918, Cambridge 2000, S. 265–279.
Ders., Voraussetzungen innenpolitischen Handelns des Militärs im Ersten Weltkrieg, in: ders., Militär, Staat und Gesellschaft. Studien zur preußisch-deutschen Militärgeschichte, München 1991, S. 103–152.
Ders., Zensur und Propaganda in Deutschland während des Ersten Weltkrieges, in: ders., Militär, Staat und Gesellschaft. Studien zur preußisch-deutschen Militärgeschichte, München 1991, S. 153–163.
Ders., Zur Geschichte des preußischen Offizierkorps 1890 bis 1918, in ders., Militär, Staat und Gesellschaft. Studien zur preußisch-deutschen Militärgeschichte, München 1991, S. 43–56.
Ders., Manfred Messerschmidt, Hans-Erich Volkmann und Wolfram Wette (Hrsg.), Ursachen und Voraussetzungen der deutschen Kriegspolitik, Stuttgart 1979.
Demm, Eberhard, Ostpolitik und Propaganda im Ersten Weltkrieg, Frankfurt am Main 2002.
Ders., Propaganda and Caricature in the First World War, in JCH 28 (1993), S. 163–192.
Doherty, Martin A., Nazi Wireless Propaganda. Lord Haw-Haw and British Public Opinion in the Second World War, Edinburgh 2000.
Dominikowski, Thomas, ‚Massen‘medien und ‚Massen‘krieg, in: Martin Löffelholz (Hrsg.), Krieg als Medienereignis. Grundlagen und Perspektiven der Krisenkommunikation, Opladen 1993, S. 33–49.
Ders., Massenmedien und Massenkrieg. Historische Annäherungen an eine unfriedliche Symbiose, in: Martin Löffelholz (Hrsg.), Krieg als Medienereignis II. Krisenkommunikation im 21. Jahrhundert, Wiesbaden 2004, S. 59–80.
Donges, Patrick und Otfried Jarren, Politische Kommunikation in der Mediengesellschaft. Eine Einführung, Wiesbaden ²2006.
Downing, J., Government Secrecy and the Media in the USA and Britain, in: Peter Golding, Graham Murdock und Philip Schlesinger (Hrsg.), Communicating Politics. Mass Communications and the Political Process, Leicester 1986, S. 153–170.
Dülffer, Jost, Weimar, Hitler und die Marine. Reichspolitik und Flottenbau 1920–1939, Düsseldorf 1973.
Ders., Martin Kröger und Rolf-Harald Wippich, Vermiedene Kriege. Deeskalation von Konflikten der Großmächte zwischen Krimkrieg und Erstem Weltkrieg (1856–1914), München 1997.
Düsterberg, Rolf, Soldat und Kriegserlebnis. Deutsche militärische Erinnerungsliteratur (1945–1961) zum Zweiten Weltkrieg. Motive, Begriffe, Wertungen, Tübingen 2000.
Dussel, Konrad, Wie erfolgreich war die nationalsozialistische Presselenkung? In: VfZG 4 (2010), S. 543–561.
Ehrman, John, Cabinet Government and War 1890–1940, Cambridge 1958.
Eichler, Andreas, Kommunikatives Verhalten der Reichswehr 1926 bis 1933, München 1976.
Eisenhower, David, Eisenhower at War, 1943–1945, New York 1986.
Eisermann, Thilo, Pressephotographie und Informationskontrolle im Ersten Weltkrieg. Deutschland und Frankreich im Vergleich, Hamburg 2000.
Ders., Dirk Maczkiewitz und Raoul Zühlke (Hrsg.), Propaganda. Von der Macht des Wortes zur Macht der Bilder, Hamburg 1998.
Eley, Geoff, Reshaping the German Right. Radical Nationalism and Political Change After Bismarck, New Haven 1980.
Elter, Andreas, Die Kriegsverkäufer. Geschichte der US-Propaganda 1917–2005, Frankfurt am Main 2005.
English, Allan D., Introduction, in: ders. (Hrsg.), The Changing Face of War. Learning from History, Montreal 1998, S. 3–5.
Ders. (Hrsg.), The Changing Face of War. Learning from History, Montreal 1998.
Enzensberger, Hans Magnus, Hammerstein oder der Eigensinn. Eine deutsche Geschichte, Frankfurt am Main 2008.
Epkenhans, Michael, Die wilhelminische Flottenrüstung 1908–1914. Weltmachtstreben, industrieller Fortschritt, soziale Integration, München 1991.

Ders., Stig Förster und Karen Hagemann (Hrsg.), Militärische Erinnerungskultur. Soldaten im Spiegel von Biographien, Memoiren und Selbstzeugnissen, Paderborn 2006.
Erger, Johannes, Der Kapp-Lüttwitz-Putsch. Ein Beitrag zur deutschen Innenpolitik, Düsseldorf 1967.
Etmanski, Johannes, ‚Blaue Jungens' und Schlachtflottenbau. Die Flottenpropaganda des Admiral Tirpitz 1897–1900. Die Genese eines modernen Propagandakonzepts in Deutschland, in: Thilo Eisermann, Dirk Maczkiewitz und Raoul Zühlke (Hrsg.), Propaganda. Von der Macht des Wortes zur Macht der Bilder, Hamburg 1998, S. 105–131.
Ewen, Stuart, PR! A Social History of Spin, New York 1996.
Faulstich, Werner, Die Mediengeschichte des 20. Jahrhunderts, München 2012.
Ferrari, Michelle (Hrsg.), Reporting America at War. An Oral History, New York 2003.
Fischer, Heinz-Dietrich (Hrsg.), Pressekonzentration und Zensurpraxis im Ersten Weltkrieg. Texte und Quellen, Berlin 1973.
Fleischer, Andreas, ‚Feind hört mit!' Propagandakampagnen des Zweiten Weltkrieges im Vergleich, Münster 1994.
Fletcher, Richard J., British Propaganda Since World War II – A Case Study, in: Media, Culture & Society 4 (1982), S. 97–109.
Förster, Jürgen, Weltanschauung als Waffe. Vom ‚Vaterländischen Unterricht' zur ‚Nationalsozialistischen Führung', in: Bruno Thoß und Hans-Erich Volkmann (Hrsg.), Erster Weltkrieg, Zweiter Weltkrieg. Ein Vergleich, Paderborn 2002, S. 287–300.
Förster, Stig, Der Doppelte Militarismus. Die deutsche Heeresrüstungspolitik zwischen Status-quo-Sicherung und Aggression 1890–1913, Stuttgart 1985.
Foss, Brian, War Paint. Art, War, State, and Identity in Britain, 1939–1945, New Haven 2007.
Fox, Jo, Film Propaganda in Britain and Nazi Germany. World War II Cinema, Oxford 2007.
François, E., M. C. Hoock-Demarle, R. Meyer-Kalkus und M. Werner in Zusammenarbeit mit Ph. Despoix (Hrsg.), Marianne – Germania. Deutsch-französischer Kulturtransfer im europäischen Kontext. Les transferts culturels France-Allemagne et leur contexte européen 1789–1914, Leipzig 1998.
Frauendienst, Werner, Bethmann Hollweg, Theobald Theodor Friedrich Alfred von, in: Neue Deutsche Biographie 2 (1955), S. 188–193 [Onlinefassung]; URL: http://www.deutsche-biographie.de/pnd118510320.htm, zuletzt geprüft am 30. 9. 2011.
Freeman, Richard, The Great Edwardian Naval Feud. Beresford's Vendetta Against ‚Jackie' Fisher, Barnsley 2009.
French, David, British Strategy and War Aims 1914–1916, London 1986.
French, Edward Gerald Flemming, The Life of Field-Marshal Sir John French, First Earl of Ypres, London 1931.
French, Gerald, The Kitchener – French Dispute. A Last Word, Glasgow 1960.
Frevert, Ute, Die kasernierte Nation. Militärdienst und Zivilgesellschaft in Deutschland, München 2001.
Dies. (Hrsg.), Militär und Gesellschaft im 19. und 20. Jahrhundert, Stuttgart 1997.
Frey, Klaus-Walter, Oberst Walter Nicolai. Chef des deutschen militärischen Nachrichtendienstes III B im Großen Generalstab (1913–1918). Mythos und Wirklichkeit – Biographische Beiträge, in: Jürgen W. Schmidt (Hrsg.), Geheimdienste, Militär und Politik in Deutschland, Ludwigsfelde 2008, S. 135–198.
Fuchs, Peter, Marcks, Erich, in: Neue Deutsche Biographie 16 (1990), S. 125 [Onlinefassung]; URL: http://www.deutsche-biographie.de/pnd118730924.html, zuletzt geprüft am 12. 10. 2014.
Führer, Karl Christian, Die deutsche Tagespresse im Zweiten Weltkrieg. Fakten und Fragen zu einem unerforschten Abschnitt der NS-Mediengeschichte, in: ZfG 65 (2012), S. 417–440.
Ders., Die Tageszeitung als wichtigstes Massenmedium der nationalsozialistischen Gesellschaft, in: ZfG 55 (2007), S. 411–434.
Fulda, Bernhard, Press and Politics in the Weimar Republic, Oxford 2009.
Fussell, Paul, The Great War and Modern Memory, Oxford [25]2000.
Ders., Wartime. Understanding and Behavior in the Second World War, New York 1989.
Gaddis, John Lewis, Strategies of Containment. A Critical Appraisal of Postwar American National Security Policy, New York [2]2005.

Geiger, Theodor, Kritik der Reklame, Kopenhagen 1943 (Rückübersetzte Ausgabe, herausgegeben von Rainer Geißler und Horst Pöttker, Siegen 1986).

Geiss, Imanuel (Hrsg.), Juli 1914. Die europäische Krise und der Ausbruch des Ersten Weltkriegs, München 1986.

Geppert, Dominik, Ambassadors of Democracy. British and German Foreign Correspondents in the Age of High Imperialism, in: Frank Bösch und Dominik Geppert (Hrsg.), Journalists as Political Actors. Transfers and Interactions Between Britain and Germany Since the Late 19th Century, Augsburg 2008, S. 35–55.

Ders., Pressekriege. Öffentlichkeit und Diplomatie in den deutsch-britischen Beziehungen (1896–1912), München 2007.

Gering, Mathias, Kriegsflugblätter als Propagandamedium, in: Raoul Zühlke (Hrsg.), Bildpropaganda im Ersten Weltkrieg, Hamburg, 2000, S. 213–238.

Gervais, Lt.-Col. J. R. D., The Media and the Conduct of War, in: Allan D. English (Hrsg.), The Changing Face of War. Learning from History, Montreal 1998, S. 255–271.

Geyer, Michael, Aufrüstung oder Sicherheit. Die Reichswehr in der Krise der Machtpolitik 1924–1936, Wiesbaden 1980.

Golding, Peter, Graham Murdock und Philip Schlesinger (Hrsg.), Communicating Politics. Mass Communications and the Political Process, Leicester 1986.

Gooch, John, Armies in Europe, London 1980.

Ders., The Chiefs of Staff and the Higher Organisation for Defence in Britain, 1904–1984, in: John B. Hattendorf (Hrsg.), Maritime Strategy and the Balance of Power. Britain and America in the Twentieth Century, Oxford 1989, S. 37–55.

Ders., The Plans of War. The General Staff and British Military Strategy c. 1900–1916, London 1974.

Goren, Dina, Secrecy and the Right to Know. The Israeli Experience and Selected American and European Examples, Ramat Gan 1979.

Görlitz, Walter, Der deutsche Generalstab. Geschichte und Gestalt, Frankfurt am Main [2]1953.

Ders., Karl Dönitz. Der Großadmiral, Göttingen 1972.

Gorman, Lyn und David McLean, Media and Society in the Twentieth Century. A Historical Introduction, Padstow 2004.

Götter, Christian, Kriegsberichterstattung und Medienkontrolle im Russisch-Japanischen Krieg 1904/1905. Unveröffentlichte Magisterarbeit, vorgelegt an der TU Braunschweig, 2006.

Ders. und Johannes Kaufmann, Tagungsbericht Soldatenbilder. Deutungen und Zumutungen zwischen Kontinuität und Diskontinuität. 28. 3. 2011–30. 3. 2011, Hamburg, in: H-Soz-u-Kult, 23. 7. 2011, online unter http://hsozkult.geschichte.hu-berlin.de/tagungsberichte/id=3739, zuletzt geprüft am 22. 4. 2013.

Gregory, Adrian, A Clash of Cultures. The British Press and the Opening of the Great War, in: Troy R. E. Paddock (Hrsg.), A Call to Arms. Propaganda, Public Opinion, and Newspapers in the Great War, Westport 2004, S. 15–49.

Grosse, Eduard, 100 Jahre Werbung in Europa, Berlin 1980.

Gruner, Wolf und Armin Nolzen (Hrsg.), Bürokratien. Initiative und Effizienz, Berlin 2001.

Gutsche, Willibald, Aufstieg und Fall eines kaiserlichen Reichskanzlers. Theobald von Bethmann Hollweg 1856–1921. Ein politisches Lebensbild, Berlin 1973.

Hall, Alex, The War of Words. Anti-Socialist Offensives and Counter-Propaganda in Wilhelmine Germany 1890–1914, in: JCH 11 (1976), S. 11–42.

Hallin, Daniel C. und Paolo Mancini, Comparing Media Systems. Three Models of Media and Politics, New York 2009.

Halpern, Paul G., Fisher, John Arbuthnot, first Baron Fisher, ODNB 19, Oxford 2004, S. 695–702.

Hamilton, C. I., British Naval Policy, Policy-Makers and Financial Control, 1860–1945, in: War In History 12 (2005), S. 371–395.

Hamilton, Ian B. M., The Happy Warrior. A Life of General Sir Ian Hamilton, London 1966.

Hamilton, Nigel, Master of the Battlefield, 1942–1944, London 1983.

Ders., The Field-Marshal, 1944–1976, London 1986.

Ders., The Full Monty, London 2002.

Ders., The Making of a General, 1887–1942, London 1981.

Hamilton, W. Mark, The Nation and the Navy. Methods and Organization of British Navalist Propaganda, 1889–1914, New York 1986.
Hammond, William M., The Army and Public Affairs. A Glance Back, in: Colonel Lloyd J. Matthews (Hrsg.), Newsmen & National Defense. Is Conflict Inevitable?, McLean 1991, S. 1–18.
Hardy, Alexander G., Hitler's Secret Weapon. The Managed Press and the Propaganda Machine of Nazi Germany, New York 1967.
Hartmann, Christian, Halder. Generalstabschef Hitlers 1938–1942, Paderborn [2]2010.
Haste, Cate, Keep the Home Fires Burning. Propaganda in the First World War, London 1977.
Hastings, Max, Catastrophe. Europe Goes to War 1914, London 2013.
Haswell, Jock, The Intelligence and Deception of the D-Day Landings, London 1979.
Hattendorf, John B. (Hrsg.), Maritime Strategy and the Balance of Power. Britain and America in the Twentieth Century, Oxford 1989.
Haupt, Heinz-Gerhard und Jürgen Kocka (Hrsg.), Geschichte und Vergleich. Ansätze und Ergebnisse international vergleichender Geschichtsschreibung, Frankfurt am Main 1996.
Dies., Historischer Vergleich. Methoden, Aufgaben, Probleme. Eine Einleitung, in: dies. (Hrsg.), Geschichte und Vergleich. Ansätze und Ergebnisse international vergleichender Geschichtsschreibung, Frankfurt am Main 1996, S. 9–46.
Hazleton, Vincent, Toward a Systems Theory of Public Relations, in: Wolfgang Armbrecht und Horst Avenarius (Hrsg.), Ist Public Relations eine Wissenschaft? Eine Einführung, Opladen 1992, S. 33–45.
Herman, Ellen, The Romance of American Psychology. Political Culture in the Age of Experts, Berkeley 1995.
Herzstein, Robert Edwin, The War that Hitler won. The most Infamous Propaganda Campaign in History, London 1979.
Hiley, Nicholas Peter, Making War. The British News Media and Government Control, 1914–1916, PhD., Milton Keynes 1984.
Hiller von Gaertringen, Friedrich Freiherr, Falkenhayn, Erich Georg Anton Sebastian von, in: Neue Deutsche Biographie 5 (1961), S. 11–15, online unter http://www.deutsche-biographie.de/pnd118531875.html, zuletzt geprüft am 11. 9. 2012.
Hillgruber, Andreas, Von Rundstedt, in: Michael Carver (Hrsg.), The War Lords. Military Commanders of the Twentieth Century, Boston 1976, S. 188–201.
Ders. und Gerhard Hümmelchen, Chronik, in: Schramm, Percy E. (Hrsg.), Kriegstagebuch des OKW 1940–1941 (Bd. 1, Teilband 2), Augsburg 2005, S. 1149–1243.
Hirschfeld, Gerhard, Gesellschaftsbilder – Feindbilder, in: Gerhard Hirschfeld, Gerd Krumeich, Dieter Langewiesche und Hans-Peter Ullmann (Hrsg.), Kriegserfahrungen. Studien zur Sozial- und Mentalitätsgeschichte des Ersten Weltkriegs, Essen 1997, S. 336–340.
Ders., Gerd Krumeich, Dieter Langewiesche und Hans-Peter Ullmann (Hrsg.), Kriegserfahrungen. Studien zur Sozial- und Mentalitätsgeschichte des Ersten Weltkriegs, Essen 1997.
Ders., Gerd Krumeich und Irina Renz (Hrsg.), Enzyklopädie Erster Weltkrieg, Paderborn 2003.
Ders. und Gerd Krumeich, Wozu eine ‚Kulturgeschichte' des Ersten Weltkriegs?, in: Arnd Bauerkämper und Elise Julien (Hrsg.), Durchhalten! Krieg und Gesellschaft im Vergleich 1914–1918, Göttingen 2010, S. 31–53.
Höhn, Reinhard, Der Kampf des Heeres gegen die Sozialdemokratie (Sozialismus und Heer, Bd. 3), Bad Harzburg 1969.
Hubatsch, Walther, Der Admiralstab und die obersten Marinebehörden in Deutschland 1848–1945. Unter Benutzung der amtlichen Akten dargestellt, Frankfurt am Main 1958.
Hudson, Miles und John Stanier, War and the Media. A Random Searchlight, New York 1998.
Humphreys, Peter J., Mass Media and Media Policy in Western Europe, Manchester 1996.
Hüppauf, Bernd (Hrsg.), War, Violence and the Modern Condition, Berlin 1997.
Hürter, Johannes, Hitlers Heerführer. Die deutschen Oberbefehlshaber im Krieg gegen die Sowjetunion 1941/42, München [2]2007.
Ders., Kriegserfahrung als Schlüsselerlebnis? Der Erste Weltkrieg in der Biographie von Wehrmachtsgeneralen, in: Bruno Thoß und Hans-Erich Volkmann (Hrsg.), Erster Weltkrieg, Zweiter Weltkrieg. Ein Vergleich, Paderborn 2002, S. 759–771.
Ders., Wilhelm Groener. Reichswehrminister am Ende der Weimarer Republik (1928–1932), München 1993.

Ilgen, Volker und Dirk Schindelbeck, Am Anfang war die Litfaßsäule. Illustrierte deutsche Reklamegeschichte, Darmstadt 2006.

Ingenlath, Markus, Mentale Aufrüstung. Militarisierungstendenzen in Frankreich und Deutschland vor dem Ersten Weltkrieg, Frankfurt am Main 1998.

Iyengar, Shanto, The State of Media-Effects Research, in: James Curran (Hrsg.), Media and Society, London 2010, S. 273–289.

Jackisch, Martin und Werner Stang, Vorstellungen der faschistischen deutschen Militärs über die Propaganda im Kriege, in: Militärgeschichte 25 (1986), S. 240–251.

Jackson, William und Lord Bramall, The Chiefs. The Story of the United Kingdom Chiefs of Staff, London 1992.

Jansen, Christian (Hrsg.), Der Bürger als Soldat. Die Militarisierung europäischer Gesellschaften im langen 19. Jahrhundert. Ein internationaler Vergleich, Essen 2004.

Janßen, Karl-Heinz, Der Kanzler und der General. Die Führungskrise um Bethmann Hollweg und Falkenhayn (1914–1916), Göttingen 1967.

Ders., Politische und militärische Zielvorstellungen der Wehrmachtführung, in: Rolf-Dieter Müller und Hans-Erich Volkmann (Hrsg.), Die Wehrmacht. Mythos und Realität, München 1999, S. 75–84.

Jeffery, Keith, Field Marshal Sir Henry Wilson. A Political Soldier, Oxford 2006.

Johnson, David E., Learning Large Lessons. The Evolving Roles of Ground Power and Air Power in the Post-Cold War Era, Santa Monica 2006.

Johnson, Franklyn Arthur, Defence by Committee. The British Committee of Imperial Defence 1885–1959, London 1960.

Jungblut, Peter, Unter vier Reichskanzlern. Otto Hammann und die Pressepolitik der deutschen Reichsleitung 1890 bis 1916, in: Ute Daniel und Wolfram Siemann (Hrsg.), Propaganda. Meinungskampf, Verführung und politische Sinnstiftung 1789–1989, Frankfurt am Main 1994, S. 101–116.

Kaelble, Hartmut und Jürgen Schriewer (Hrsg.), Vergleich und Transfer. Komparatistik in den Sozial-, Geschichts- und Kulturwissenschaften, Frankfurt am Main 2003.

Kämpfer, Frank, Macht der Rede, Macht der Schrift, Macht des Bildes, in: Thilo Eisermann, Dirk Maczkiewitz und Raoul Zühlke (Hrsg.), Propaganda. Von der Macht des Wortes zur Macht der Bilder, Hamburg 1998, S. 9–36.

Katz, Elihu und Paul Felix Lazarsfeld, Personal Influence. The Part Played by People in the Flow of Mass Communications, Glencoe 1955.

Dies., Personal Influence. The Part Played by People in the Flow of Mass Communications, New Brunswick ²2006.

Kaulisch, Baldur, Alfred von Tirpitz und die imperialistische deutsche Flottenrüstung. Eine politische Biographie, Berlin ³1988.

Keegan, John, Der Erste Weltkrieg. Eine europäische Tragödie, Hamburg 2000.

Kehrt, Christian, Moderne Krieger. Die Technikerfahrungen deutscher Militärpiloten 1910–1945, Paderborn 2010.

Kershaw, Ian, 1936–1945. Nemesis (Hitler, Bd. 2), London 2001.

Kindler, Jan, ‚Wo wir sind, da ist immer oben'. Zur Inszenierung der Luftwaffe im NS-Kulturfilm, in: Bernhard Chiari, Matthias Rogg und Wolfgang Schmidt (Hrsg.), Krieg und Militär im Film des 20. Jahrhunderts, München 2003, S. 401–438.

Kleinhans, Bernd, Der Erste Weltkrieg als Medienkrieg. Film und Propaganda zwischen 1914 und 1918, in: APUZ 64 (2014), 16–17, S. 32–38.

Ders., Der Erste Weltkrieg als Medienkrieg. Wochenschauen, Spielfilm und Propaganda zwischen 1914 und 1918, online unter: www.erinnern.at (zuletzt eingesehen am 29. 4. 2015).

Knightley, Phillip, Die Geschichte der Spionage im 20. Jahrhundert. Aufbau und Organisation, Erfolge und Niederlagen der großen Geheimdienste, Bern 1989.

Ders., The First Casualty. The War Correspodnent as Hero and Myth-Maker from the Crimea to Iraq, Baltimore ⁵2004.

Kocka, Jürgen, Comparison and Beyond, in: History and Theory 42 (2003), S. 39–44.

Kohl, Helmut und Arne Hasse, Medienrecht, in: Helmut Schanze (Hrsg.), Handbuch der Mediengeschichte, Stuttgart 2001, S. 165–185.

Kohlrausch, Martin, Die Politik der Medien. Der Aufstieg der Massenmedien und das politische System in Deutschland und Großbritannien um 1900, in: Ute Daniel und Axel Schildt (Hrsg.), Massenmedien im Europa des 20. Jahrhunderts, Köln 2010, S. 305–330.

König, Wolfgang, Information, Kommunikation, Unterhaltung. Die technische Entwicklung der Massenmedien, in: Ute Daniel und Axel Schildt (Hrsg.), Massenmedien im Europa des 20. Jahrhunderts, Köln 2010, S. 59–83.

Korte, Barbara, Ralf Schneider und Claudia Sternberg (Hrsg.), Der Erste Weltkrieg und die Mediendiskurse der Erinnerung in Großbritannien. Autobiographie, Roman, Film (1919–1999), Würzburg 2005.

Dies. und Horst Tonn (Hrsg.), Kriegskorrespondenten: Deutungsinstanzen in der Mediengesellschaft, Wiesbaden 2007.

Koselleck, Reinhart, Begriffsgeschichten. Studien zur Semantik und Pragmatik der politischen und sozialen Sprache, Frankfurt am Main 2006.

Ders., ‚Erfahrungsraum' und ‚Erwartungshorizont' – zwei historische Kategorien, in: ders., Vergangene Zukunft. Zur Semantik geschichtlicher Zeiten, Frankfurt am Main 1992, S. 349–375.

Ders., Erfahrungswandel und Methodenwechsel. Eine historisch-anthropologische Skizze, in: ders., Zeitschichten. Studien zur Historik, Frankfurt am Main 2000, S. 27–77.

Ders., Erinnerungsschleusen und Erfahrungsgeschichten. Der Einfluss der beiden Weltkriege auf das soziale Bewusstsein, in: ders., Zeitschichten. Studien zur Historik, Frankfurt am Main 2000, S. 265–284.

Ders., Vergangene Zukunft. Zur Semantik geschichtlicher Zeiten, Frankfurt am Main 1992.

Ders., Zeitschichten. Studien zur Historik, Frankfurt am Main 2000.

Koszyk, Kurt, Deutsche Pressepolitik im Ersten Weltkrieg, Düsseldorf 1968.

Ders., Entwicklung der Kommunikationskontrolle zwischen 1914 und 1918, in: Heinz-Dietrich Fischer (Hrsg.), Pressekonzentration und Zensurpraxis im Ersten Weltkrieg. Texte und Quellen, Berlin 1973, S. 152–193.

Ders., Erhard Deutelmoser – Offizier und Pressechef (1873–1956), in: Publizistik 30 (1985), S. 509–534.

Ders., The Press in the British Zone of Germany, in: Nicholas Pronay und Keith Wilson (Hg.), The Political Re-Education of Germany & Her Allies After World War II, London 1985, S. 107–138.

Kreimeier, Klaus, Die Ufa-Story. Geschichte eines Filmkonzerns, München 1992.

Krieger, Wolfgang, Geschichte der Geheimdienste. Von den Pharaonen bis zur CIA, München 2009.

Krings, Stefan, Hitlers Pressechef Otto Dietrich (1897–1952). Eine Biografie, Göttingen 2010.

Kroener, Bernhard R., Militär, Staat und Gesellschaft im 20. Jahrhundert, München 2011.

Ders., Mobilmachungsplanungen gegen Recht und Verfassung. Kriegsvorbereitungen in Reichsheer und Wehrmacht 1918 bis 1939, in: Bruno Thoß und Hans-Erich Volkmann (Hrsg.), Erster Weltkrieg, Zweiter Weltkrieg. Ein Vergleich, Paderborn 2002, S. 57–77.

Krumeich, Gerd, Einführende Bemerkungen, in: Bruno Thoß und Hans-Erich Volkmann (Hrsg.), Erster Weltkrieg, Zweiter Weltkrieg. Ein Vergleich, Paderborn 2002, S. 369–374.

Kruse, Wolfgang, Krieg und nationale Integration. Eine Neuinterpretation des sozialdemokratischen Burgfriedensschlusses 1914/15, Essen 1993.

Kubetzky, Thomas, Die Inszenierung des Militärführers. Deutsche und britische Kriegsberichterstattung des Zweiten Weltkriegs zwischen Zensur und medialer Eigendynamik, in: Ute Daniel und Axel Schildt (Hrsg.), Massenmedien im Europa des 20. Jahrhunderts, Köln 2010, S. 357–381.

Ders., ‚The Mask of Command' Bernard L. Montgomery, George S. Patton und Erwin Rommel in der Kriegsberichterstattung des Zweiten Weltkriegs, 1941–1944/45, Berlin 2010.

Kuhn, Thomas S., The Structure of Scientific Revolutions, Chicago ^{4}2012.

Kühne, Thomas, Benjamin Ziemann (Hrsg.), Was ist Militärgeschichte? Paderborn 2000.

Kunczik, Michael, Geschichte der Öffentlichkeitsarbeit in Deutschland, Köln 1997.

Kutz, Martin, Deutsche Soldaten. Eine Kultur- und Mentalitätsgeschichte, Darmstadt 2006.

Lamberty, Christiane, Reklame in Deutschland 1890–1914. Wahrnehmung, Professionalisierung und Kritik der Wirtschaftswerbung, Berlin 2000.

Latzel, Klaus, Deutsche Soldaten – nationalsozialistischer Krieg. Kriegserlebnis – Kriegserfahrung 1939–1945, Paderborn 1998.
Lau, Matthias, Pressepolitik als Chance. Staatliche Öffentlichkeitsarbeit in den Ländern der Weimarer Republik, Wiesbaden 2003.
Lavine, Harold und James Wechsler, War Propaganda and the United States, New York 1972.
Lazarsfeld, Paul Felix, Bernard Berelson und Hazel Gaudet, The People's Choice. How the Voter Makes Up His Mind in a Presidential Campaign, New York 1944.
Lenger, Friedrich, Einleitung. Medienereignisse der Moderne, in: ders. und Ansgar Nünning (Hrsg.), Medienereignisse der Moderne, Darmstadt 2008, S. 7–13.
Ders. und Ansgar Nünning (Hrsg.), Medienereignisse der Moderne, Darmstadt 2008.
Lerner, Daniel, Psychological Warfare Against Nazi Germany. The Sykewar Campaign, D-Day to VE-Day, Cambridge 1971.
Lersch, Edgar, Mediengeschichte des Hörfunks, in: Helmut Schanze (Hrsg.), Handbuch der Mediengeschichte, Stuttgart 2001, S. 455–489.
LHCMA, Bestandsübersicht Dawnay (http://www.kcl.ac.uk/lhcma/locreg/DAWNAY.shtml, zuletzt geprüft am 10. 1. 2013)
Lindner-Wirsching, Almut, Patrioten im Pool. Deutsche und französische Kriegsberichterstatter im Ersten Weltkrieg, in: Ute Daniel (Hrsg.), Augenzeugen. Kriegsberichterstattung vom 18. zum 21. Jahrhundert, Göttingen 2006, S. 113–140.
Lipp, Anne, Diskurs und Praxis. Militärgeschichte als Kulturgeschichte, in: Thomas Kühne und Benjamin Ziemann (Hrsg.), Was ist Militärgeschichte? Paderborn 2000, S. 211–227.
Dies., Meinungslenkung im Krieg. Kriegserfahrungen deutscher Soldaten und ihre Deutung 1914–1918, Göttingen 2003.
Löffelholz, Martin (Hrsg.), Krieg als Medienereignis. Grundlagen und Perspektiven der Krisenkommunikation, Opladen 1993.
Ders. (Hrsg.), Krieg als Medienereignis II. Krisenkommunikation im 21. Jahrhundert, Wiesbaden 2004.
Lohr, Eric, The Russian Press and the ‚Internal Peace' at the Beginning of World War I, in: Troy R. E. Paddock (Hrsg.), A Call to Arms. Propaganda, Public Opinion, and Newspapers in the Great War, Westport 2004, S. 91–113.
Longerich, Peter, Propagandisten im Krieg. Die Presseabteilung des Auswärtigen Amtes unter Ribbentrop, München 1987.
Lovelace, Colin John, Control and Censorship of the Press During the First World War, PhD., London 1982.
Luhmann, Niklas, Zweck-Herrschaft-System. Grundbegriffe und Prämissen Max Webers, in: Renate Mayntz (Hrsg.), Bürokratische Organisation, Köln 1968, S. 36–55.
Lyall, Gavin, Trenchard, in: Michael Carver (Hrsg.), The War Lords. Military Commanders of the Twentieth Century, Boston 1976, S. 176–187.
Mayntz, Renate (Hrsg.), Bürokratische Organisation, Köln 1968.
McDonald, Andrew, The Geddes Committee and the Formulation of Public Expenditure Policy, 1921–1922, in: The Historical Journal 32 (1989), S. 643–674.
Macdonald, Lyn, 1914–1918. Voices and Images of the Great War, London 1988.
Macintyre, Ben, Operation Mincemeat. The True Spy Story that Changed the Cource of World War II, London 2010.
MacKenzie, John M., Propaganda and Empire. The Manipulation of British Public Opinion 1880–1960, Manchester 1997.
MacKenzie, S. Paul, British War Films, 1939–1945. The Cinema and the Services, London 2001.
Ders., Morale and the Cause. The Campaign to Shape the Outlook of Soldiers in the British Expeditionary Force, 1914–1918, in: CJH 25 (o. J.), S. 215–232.
Macleod, Jenny und Pierre Purseigle, Introduction. Perspectives in First World War Studies, in: dies. (Hrsg.), Uncovered Fields. Perspectives in First World War Studies, Boston 2004, S. 1–23.
Dies. (Hrsg.), Uncovered Fields. Perspectives in First World War Studies, Boston 2004.
Magnus, Philip, Kitchener. Portrait of an Imperialist, New York 1959.
Marquis, Alice Goldfarb, Words as Weapons. Propaganda in Britain and Germany During the First World War, in: JCH 13 (1978), S. 467–498.

Dies., Written on the Wind. The Impact of Radio During the 1930s, in: JCH 19 (1984), S. 385–415.
Matson, Robert W., Neutrality and Navycerts. Britain, the United States, and Economic Warfare, 1939–1940, New York 1994.
Matthews, Colonel Lloyd J. (Hrsg.), Newsmen & National Defense. Is Conflict Inevitable? McLean 1991.
Mayntz, Renate (Hrsg.), Bürokratische Organisation, Köln 1968.
Mazzarella, Silvester, Filson Young. The first Media Man (1876–1938), online unter: http://filsonyoung.com/biography/, zuletzt geprüft am 3. 4. 2012.
McCombs, Maxwell E. und Donald L. Shaw, The Agenda Setting Function of Mass Media, in: Public Opinion Quarterly 36 (1972), S. 176–187.
McCormack, J. V., The Army and the Press in War, in: RUSI 98 (1953), S. 269–273.
McEwen, J. M., ‚Brass Hats' and the British Press During the First World War, in: CanJH 18 (1983), S. 43–67.
McLaine, Ian, Ministry of Morale: Home Moral and the Ministry of Information in World War II, London 1979.
McLaughlin, Greg, The War Correspondent, London 2002.
Meier-Welcker, Hans, Seeckt, Frankfurt am Main 1967.
Ders. (Hrsg.), Von der Entlassung Bismarcks bis zum Ende des Ersten Weltkriegs 1890–1918 (Handbuch zur deutschen Militärgeschichte, Bd. 5), Frankfurt am Main 1968.
Merton, Robert King (Hrsg.), Social Theory and Social Structure. Glencoe ³1959 (Überarbeitete Fassung).
Ders., The Self-Fulfilling Prophecy, in: ders. (Hrsg.), Social Theory and Social Structure, Glencoe ³1959 (Überarbeitete Fassung), S. 421–436.
Messerschmidt, Manfred, Die Wehrmacht im NS-Staat. Zeit der Indoktrination, Hamburg 1969.
Messinger, Gary S., British Propaganda and the State in the First World War, Manchester 1992.
Meyen, Michael, Medialisierung, in: Medien & Kommunikationswissenschaft 57 (2009), S. 23–38.
Meyer, Ahlrich (Hrsg.), Der Blick des Besatzers. Propagandaphotographie der Wehrmacht aus Marseille 1942–1944, Bremen 1999.
Middell, Matthias, Kulturtransfer und Historische Komparatistik – Thesen zu ihrem Verhältnis, in: Comparativ 10 (2000), S. 7–41.
Millman, Brock, HMG and the War Against Dissent, 1914–1918, in: JCH 40 (2005), S. 413–440.
Moll, Martin, Die Abteilung Wehrmachtpropaganda im Oberkommando der Wehrmacht. Militärische Bürokratie oder Medienkonzern?, in: Wolf Gruner und Armin Nolzen (Hrsg.), Bürokratien. Initiative und Effizienz, Berlin 2001, S. 111–150.
Möllers, Heiner, Reichswehrminister Otto Geßler. Eine Studie zu ‚unpolitischer' Militärpolitik in der Weimarer Republik, Frankfurt am Main 1998.
Mombauer, Annika, Helmuth von Moltke and the Origins of the First World War, Cambridge 2001.
Mommsen, Hans, Militär und zivile Militarisierung in Deutschland 1914 bis 1938, in: Ute Frevert (Hrsg.), Militär und Gesellschaft im 19. und 20. Jahrhundert, Stuttgart 1997, S. 265–276.
Mommsen, Wolfgang J., Lenkung und Selbstzensur der deutschen Presse im Kaiserreich, in: Michal Andel, Detlef Brandes, Alfons Labisch, Jiří Pešek und Thomas Ruzicka (Hrsg.), Propaganda, (Selbst-)Zensur, Sensation. Grenzen von Presse- und Wissenschaftsfreiheit in Deutschland und Tschechien seit 1871, Essen 2005, S. 15–31.
Ders., War der Kaiser an allem schuld? Wilhelm II. und die preußisch-deutschen Machteliten, München ²2003.
Morris, A. J. A., Spender, John Alfred, in: ODNB 51, Oxford 2004, S. 899–902.
Ders., The Scaremongers. The Advocacy of War and Rearmament 1896–1914, London 1984.
Ders., Thursfield, Sir James Richard, in: ODNB 54, Oxford 2004, S. 722 f.
Müller, Klaus-Jürgen, Das Heer und Hitler. Armee und nationalsozialistisches Regime 1933–1940, Stuttgart ²1988.
Ders., Generaloberst Ludwig Beck. Eine Biographie, Paderborn ²2009.
Müller, Philipp, Auf der Suche nach dem Täter. Die öffentliche Dramatisierung von Verbrechen im Berlin des Kaiserreichs, Frankfurt am Main 2005.

Müller, Rolf-Dieter, Hitlers Wehrmacht 1935–1945, München 2012.
Ders. und Hans-Erich Volkmann (Hrsg.), Die Wehrmacht. Mythos und Realität, München 1999.
Münkel, Daniela (Hrsg.), Geschichte als Experiment. Studien zu Politik, Kultur und Alltag im 19. und 20. Jahrhundert, Frankfurt am Main 2004.
Murawski, Erich, Der deutsche Wehrmachtbericht 1939–1945. Ein Beitrag zur Untersuchung der geistigen Kriegführung. Mit einer Dokumentation der Wehrmachtberichte vom 1. 7. 1944 bis zum 9. 4. 1945, Boppard am Rhein 1962.
Murphy, Brian P., The Origins and Organisation of British Propaganda in Ireland 1920, Aubane 2006.
Nebelin, Manfred, Ludendorff. Diktator im Ersten Weltkrieg, München 2010.
Negrine, Ralph, Politics and the Mass Media in Britain, London ²2000.
Neiberg, Michael S., Cromwell on the Bed Stand. Allied Civil-Military Relations in World War I, in: Jenny Macleod und Pierre Purseigle (Hrsg.), Uncovered Fields. Perspectives in First World War Studies, Boston 2004, S. 61–77.
Neugebauer, Karl Volker (Hrsg.), Das Zeitalter der Weltkriege 1914 bis 1945. Völker in Waffen (Grundkurs deutsche Militärgeschichte, Bd. 2), München 2007.
Ders., Des Kaisers ‚schimmernde Wehr'. Militärgeschichte des Deutschen Kaiserreichs 1871 bis 1914, in: ders. (Hrsg.), Die Zeit bis 1914. Vom Kriegshaufen zum Massenheer (Grundkurs deutsche Militärgeschichte, Bd. 1), München 2006, S. 378–485.
Ders. (Hrsg.), Die Zeit bis 1914. Vom Kriegshaufen zum Massenheer (Grundkurs deutsche Militärgeschichte, Bd. 1), München 2006.
Ders., Vom eigenständigen Machtfaktor zum Instrument Hitlers – Militärgeschichte im ‚Dritten Reich' 1933 bis 1939, in: ders. (Hrsg.), Das Zeitalter der Weltkriege 1914 bis 1945. Völker in Waffen (Grundkurs deutsche Militärgeschichte, Bd. 2), München 2007, S. 198–295.
Newcourt-Nowodworski, Stanley, Black Propaganda in the Second World War, Stroud 2005.
Nipperdey, Thomas, Machtstaat vor Demokratie (Deutsche Geschichte 1866–1918, Bd. 2), München 1993.
O'Brien, Phillips Payson, British and American Naval Power. Politics and Policy 1900–1936, Westport 1998.
Offerhaus, Anke, Die Professionalisierung des deutschen EU-Journalismus. Expertisierung, Inszenierung und Institutionalisierung der europäischen Dimension im deutschen Journalismus, Berlin 2009.
Oppelt, Ulrike, Film und Propaganda im Ersten Weltkrieg. Propaganda als Medienrealität im Aktualitäten- und Dokumentarfilm, Stuttgart 2002.
Orange, Vincent, Slessor. Bomber Champion. The Life of Marshal of the Royal Air Force Sir John Slessor, GCB, DSO, MC, London 2006.
Osgood, Kenneth, Total Cold War. Eisenhower's Secret Propaganda Battle at Home and Abroad, Lawrence 2006.
Ostertag, Heiger, Bildung, Ausbildung und Erziehung des Offizierkorps im deutschen Kaiserreich 1871 bis 1918. Eliteideal, Anspruch und Wirklichkeit, Frankfurt am Main 1990.
Paddock, Troy R. E. (Hrsg.), A Call to Arms. Propaganda, Public Opinion, and Newspapers in the Great War, Westport 2004.
Ders., German Propaganda. The Limits of *Gerechtigkeit*, in: ders. (Hrsg.), A Call to Arms. Propaganda, Public Opinion, and Newspapers in the Great War, Westport 2004, S. 115–160.
Palmer, Alasdair, The History of the D-Notice Committee, in: Christopher Maurice Andrew und David Dilks (Hrsg.), The Missing Dimension. Governments and Intelligence Communities in the Twentieth Century, London 1984, S. 227–249.
Patel, Kiran Klaus, Überlegungen zu einer transnationalen Geschichte, in: ZfG 52 (2004), S. 626–645.
Paul, Gerhard, Bilder des Krieges – Krieg der Bilder. Die Visualisierung des modernen Krieges, Paderborn 2004.
Ders., Krieg und Film im 20. Jahrhundert. Historische Skizze und methodologische Überlegungen, in: Bernhard Chiari, Matthias Rogg und Wolfgang Schmidt (Hrsg.), Krieg und Militär im Film des 20. Jahrhunderts, München 2003, S. 3–76.
Penn, Geoffrey, Fisher, Churchill and the Dardanelles, Barnsley 1999.

Peters, John Durham, Satan and Savior. Mass Communication in Progressive Thought, in: Critical Studies in Mass Communication 6 (1989), S. 247–263.
Pfadenhauer, Michaela, ‚Professioneller Stil und Kompetenz – Einleitende Überlegungen im Rekurs auf Bourdieus Habitus-Konzept', in: dies. und Thomas Scheffer (Hrsg.), Profession, Habitus und Wandel, Frankfurt am Main 2009, S. 7–19.
Dies. und Thomas Scheffer (Hrsg.), Profession, Habitus und Wandel, Frankfurt am Main 2009.
Pieken, Gorch und Matthias Rogg (Hrsg.), Das Militärhistorische Museum der Bundeswehr. Ausstellungsführer, Dresden 2011.
Plöckinger, Othmar, Unter Soldaten und Agitatoren. Hitlers prägende Jahre im deutschen Militär 1918–1920, Paderborn 2013.
Pöhlmann, Markus, German Intelligence at War, 1914–1918, in: The Journal of Intelligence History 5 (2005), 2, S. 25–54.
Ders., Oberste Heeresleitung (OHL), in: Gerhard Hirschfeld, Gerd Krumeich und Irina Renz (Hrsg.), Enzyklopädie Erster Weltkrieg, Paderborn 2003, S. 754 f.
Ders., Wettlauf zum Meer, in: Gerhard Hirschfeld, Gerd Krumeich und Irina Renz (Hrsg.), Enzyklopädie Erster Weltkrieg, Paderborn 2003, S. 967.
Poirier, Major Robert, The Problem of Army Renewal. Seeckt and the *Reichswehr*, in: Allan D. English (Hrsg.), The Changing Face of War. Learning from History, Montreal 1998, S. 83–102.
Porter, Vincent und Suzanne Hasselbach, Pluralism, Politics and the Marketplace. The Regulation of German Broadcasting, London 1991.
Pronay, Nicholas und Keith Wilson (Hg.), The Political Re-Education of Germany & Her Allies After World War II, London 1985.
Ders., Rearmament and the British Public. Policy and Propaganda, in: James Curran (Hrsg.), Impacts and Influences. Essays on Media Power in the Twentieth Century, London 1987, S. 53–96.
Pyta, Wolfram, Hindenburg. Herrschaft zwischen Hohenzollern und Hitler, München 2009.
Rahn, Werner, Die Kaiserliche Marine, in: Karl-Volker Neugebauer, Des Kaisers ‚schimmernde Wehr'. Militärgeschichte des Deutschen Kaiserreichs 1871 bis 1914, in: ders. (Hrsg.), Die Zeit bis 1914. Vom Kriegshaufen zum Massenheer (Grundkurs deutsche Militärgeschichte, Bd. 1), München 2006, S. 378–485, hier S. 458–471.
Ders., Verteidigungskonzeption und Reichsmarine in der Weimarer Republik. Planung und Führung in der Ära Behncke und Zenker (1920–1928), Diss., Hamburg 1976.
Rakenius, Gerhard W., Wilhelm Groener als Erster Generalquartiermeister. Die Politik der Obersten Heeresleitung 1918/19, Boppard am Rhein 1977.
Rathke, Arthur, Das Oberkommando der Wehrmacht gibt bekannt, Hannover 1948.
Reeves, Nicholas, Official British Film Propaganda During the First World War, London 1986.
Remmele, Bernd, Die maritime Geheimrüstung unter Kapitän z. S. Lohmann, in: MGM 56 (1997), S. 313–376.
Requate, Jörg, ‚Amerikanisierung' als Grundzug der europäischen Medienentwicklung des 20. Jahrhunderts?, in: Ute Daniel und Axel Schildt (Hrsg.), Massenmedien im Europa des 20. Jahrhunderts, Köln 2010, S. 35–58.
Ders., Öffentlichkeit und Medien als Gegenstände historischer Analyse, in: GuG 25 (1999), S. 5–32.
Reulecke, Jürgen und Volker Roelcke (Hrsg.), Wissenschaften im 20. Jahrhundert. Universitäten in der modernen Wissensgesellschaft, Stuttgart 2008.
Richards, Jeffrey und Jeffrey Hulbert, Censorship in Action. The Case of Lawrence of Arabia, in: JCH 19 (1984), S. 143–170.
Rid, Thomas, War and Media Operations. The US Military and the Press from Vietnam to Iraq, Milton Park 2008.
Ritter, Gerhard, Die Tragödie der Staatskunst. Bethmann Hollweg als Kriegskanzler (1914–1917) (Staatskunst und Kriegshandwerk. Das Problem des ‚Militarismus' in Deutschland, Bd. 3), München 1964.
Ders., Die Herrschaft des deutschen Militarismus und die Katastrophe von 1918 (Staatskunst und Kriegshandwerk. Das Problem des ‚Militarismus' in Deutschland, Bd. 4), München 1968.
Rogg, Matthias, Der historische Ort, in: Gorch Pieken und Matthias Rogg (Hrsg.), Das Militärhistorische Museum der Bundeswehr. Ausstellungsführer, Dresden 2011, S. 6–13.

Ders., Die Luftwaffe im NS-Propagandafilm, in: Bernhard Chiari, Matthias Rogg und Wolfgang Schmidt (Hrsg.), Krieg und Militär im Film des 20. Jahrhunderts, München 2003, S. 343–348.

Rohwer, Jürgen, U-Boot-Krieg, in: Gerhard Hirschfeld, Gerd Krumeich und Irina Renz (Hrsg.), Enzyklopädie Erster Weltkrieg, Paderborn 2003, S. 931–934.

Rönnefarth, Helmuth, Blomberg, Werner Eduard Fritz Freiherr von, in: Neue Deutsche Biographie 2 (1955), S. 313f. [Onlinefassung]; URL: http://www.deutsche-biographie.de/pnd11865909X.html (zuletzt geprüft am 13. 7. 2012).

Roskill, Stephen, Admiral of the Fleet Earl Beatty. The Last Naval Hero. An Intimate Biography, London 1980.

Rother, Rainer (Hrsg.), Die letzten Tage der Menschheit. Bilder des Ersten Weltkrieges, Berlin 1994.

Royal Air Force Music Services, History Timeline, online unter http://www.raf.mod.uk/rafmusic/aboutus/historytimeline.cfm, zuletzt geprüft am 13. 9. 2013.

Royle, Trevor, Horatio Herbert Kitchener. The Kitchener Enigma, London 1985.

Rüger, Jan, Nation, Empire and Navy. Identity Politics in the United Kingdom 1887–1914, in: Past and Present 185 (2004), S. 159–188.

Rutz, Rainer, Signal. Eine deutsche Auslandsillustrierte als Propagandainstrument im Zweiten Weltkrieg, Essen 2007.

Salewski, Michael, Tirpitz. Aufstieg, Macht, Scheitern, Göttingen 1979.

Sanders, Michael L. und Philip M. Taylor, Britische Propaganda im Ersten Weltkrieg 1914–1918, Berlin 1990 (Original London 1982).

Schanze, Helmut (Hrsg.), Handbuch der Mediengeschichte, Stuttgart 2001.

Schein, Edgar H., Organizational Culture and Leadership, San Francisco ²1992.

Schenk, Michael, Medienwirkungsforschung, Tübingen ³2007.

Schildt, Axel, Das Jahrhundert der Massenmedien. Ansichten zu einer künftigen Geschichte der Öffentlichkeit, in: GuG 27 (2001), S. 177–206.

Schimank, Uwe, Theorien gesellschaftlicher Differenzierung, Opladen ²2000.

Schivelbusch, Wolfgang, Die Kultur der Niederlage. Der amerikanische Süden 1865, Frankreich 1871, Deutschland 1918, Berlin 2001.

Schlüter, Carsten, Information Operations. Die Weiterentwicklung US-militärischer Strategien zur Instrumentalisierung der Medien, in: Martin Löffelholz (Hrsg.), Krieg als Medienereignis II. Krisenkommunikation im 21. Jahrhundert, Wiesbaden 2004, S. 239–254.

Schmidt, Anne, Belehrung – Propaganda – Vertrauensarbeit. Zum Wandel amtlicher Kommunikationspolitik in Deutschland 1914–1918, Essen 2006.

Schmidt, Jürgen W., Against Russia. Department IIIb of the Deputy General Staff, Berlin, and Intelligence, Counterintelligence and Newspaper Research, 1914–1918, in: The Journal of Intelligence History 5 (2005), S. 73–89.

Ders., Gegen Rußland und Frankreich. Der deutsche militärische Geheimdienst 1890–1914, Ludwigsfelde ²2007.

Ders. (Hrsg.), Geheimdienste, Militär und Politik in Deutschland, Ludwigsfelde 2008.

Schmidt, Wolfgang, Die Mobilisierung der Künste für den Krieg. Maler in Uniform, in: Hans-Jörg Czech und Nikola Doll (Hrsg.), Kunst und Propaganda. Im Streit der Nationen 1930–1945, Dresden 2007, S. 284–297.

Ders., ‚Maler an der Front'. Zur Rolle der Kriegsmaler und Pressezeichner der Wehrmacht im Zweiten Weltkrieg, in: Rolf-Dieter Müller und Hans-Erich Volkmann (Hrsg.), Die Wehrmacht. Mythos und Realität, München 1999, S. 635–684.

Schmidt-Richberg, Wiegand, Die Generalstäbe in Deutschland 1871–1945. Aufgaben in der Armee und Stellung im Staate, Stuttgart 1962.

Ders., Die Regierungszeit Wilhelms II., in: Hans Meier-Welcker (Hrsg.), Von der Entlassung Bismarcks bis zum Ende des Ersten Weltkriegs 1890–1918 (Handbuch zur deutschen Militärgeschichte, Bd. 5), Frankfurt am Main 1968, S. 9–155.

Schoenbaum, David, Zabern 1913. Consensus Politics in Imperial Germany, London 1982.

Schramm, Martin, British Journalism in the Great War, in: Frank Bösch und Dominik Geppert (Hrsg.), Journalists as Political Actors. Transfers and Interactions Between Britain and Germany Since the Late 19th Century, Augsburg 2008, S. 56–73.

Schramm, Wilhelm Ritter von, Hitlers psychologischer Angriff auf Frankreich, in: APuZ 11 (1961), S. 45–58.
Schröder, Jürgen, Der Kriegsbericht als propagandistisches Kampfmittel der deutschen Kriegführung im Zweiten Weltkrieg, Diss., Berlin 1965.
Schulz, Winfried, Die Konstruktion von Realität in den Nachrichtenmedien. Analyse der aktuellen Berichterstattung, Freiburg 1976.
Schwengler, Walter, Marine und Öffentlichkeit, in: MGM 46 (1989), S. 35–59.
Searle, G. R., White, Arnold Henry, in: ODNB 58, Oxford 2004, S. 544 f.
Seidel, Ingo, Die SS-Standarte Kurt Eggers. Psychologische Kriegsführung 1943–45, Norderstedt 2012.
Seubert, Rolf, ‚Junge Adler'. Technikfaszination und Wehrhaftmachung im nationalsozialistischen Jugendfilm, in: Bernhard Chiari, Matthias Rogg und Wolfgang Schmidt (Hrsg.), Krieg und Militär im Film des 20. Jahrhunderts, München 2003, S. 371–400.
Shannon, R. T., Forster, Hugh Oakeley Arnold (1855–1909), in: ODNB 20, Oxford 2004, S. 409–412.
Smith, Jeffery A., War and Press Freedom. The Problem of Prerogative Power, New York 1999.
Spatzier, Astrid, Über Image zur Profession. Professionalisierung im Berufsfeld Public Relations durch Imagebildung und Imagevermittlung. Ein Theorieentwurf, Hamburg 2011.
Steed, Andrew, British Propaganda and the First World War, in: Ian Stewart und Susan L. Carruthers (Hrsg.), War, Culture and the Media. Representations of the Military in 20th Century Britain, Trowbridge 1996, S. 22–37.
Stegmann, Dirk, Die deutsche Inlandspropaganda 1917/18. Zum innenpolitischen Machtkampf zwischen OHL und ziviler Reichsleitung in der Endphase des Krieges, in: MGM 2 (1972), S. 75–113.
Stein, Oliver, ‚Ein ganzes Volk in Waffen ist nicht zu unterschätzen.' Das deutsche Militär und die Frage von Volksbewaffnung, Miliz und vormilitärischer Ausbildung, 1871–1914, in: Rüdiger Bergien und Ralf Pröve (Hrsg.), Spießer, Patrioten, Revolutionäre. Militärische Mobilisierung und gesellschaftliche Ordnung in der Neuzeit, Göttingen 2010, S. 71–94.
Steinsieck, Andreas, Ein imperialistischer Medienkrieg. Kriegsberichterstatter im Südafrikanischen Krieg (1899–1902), in: Ute Daniel (Hrsg.), Augenzeugen. Kriegsberichterstattung vom 18. zum 21. Jahrhundert, Göttingen 2006, S. 87–112.
Ders., Old Boys-Netzwerke und formale Zensur. Die Ausweitung der Kriegsberichterstattung im Südafrikanischen Krieg (1899–1902) und die Folgen für das Verhältnis von Berichterstattern und Militärs, in: Barbara Korte und Horst Tonn (Hrsg.), Kriegskorrespondenten. Deutungsinstanzen in der Mediengesellschaft, Wiesbaden 2007, S. 215–236.
Stenton, Michael, Radio London and Resistance in Occupied Europe. British Political Warfare 1939–1943, Oxford 2000.
Stephan, Cora, Der Große Krieg und das kurze Jahrhundert, in: Rainer Rother (Hrsg.), Die letzten Tage der Menschheit. Bilder des Ersten Weltkrieges, Berlin 1994, S. 25–35.
Stewart, Ian und Susan L. Carruthers (Hrsg.), War, Culture and the Media. Representations of the Military in 20th Century Britain, Trowbridge 1996.
Stöber, Rudolf, Neue Medien. Geschichte. Von Gutenberg bis Apple und Google. Medieninnovation und Evolution, Bremen 2012.
Stollberg-Rilinger, Barbara (Hrsg.), Was heißt Kulturgeschichte des Politischen? Berlin 2005.
Stouffer, Samuel A. und Frederick Osborn, The American Soldier. Adjustment During Army Life, Princeton ²1950.
Strachan, Hew, Ausbildung, Kampfgeist und die zwei Weltkriege, in: Bruno Thoß und Hans-Erich Volkmann (Hrsg.), Erster Weltkrieg, Zweiter Weltkrieg. Ein Vergleich, Paderborn 2002, S. 265–286.
Ders., Der Erste Weltkrieg. Eine neue illustrierte Geschichte, München ²2006.
Ders., To Arms (The First World War, Bd. 1), Oxford 2003.
Streets, Heather, Military Influence in Late Victorian and Edwardian Popular Media. The Case of Frederick Roberts, in: Journal of Victorian Culture 8 (2003), 2, S. 231–256.
Suttie, Andrew, Rewriting the First World War. Lloyd George, Politics and Strategy 1914–1918, Houndmills 2005.
Sweeney, Michael S., The Military and the Press. An Uneasy Truce, Evanston 2006.

Swett, Pamela E., S. Jonathan Wiesen und Jonathan R. Zatlin, Introduction, in: dies. (Hrsg.), Selling Modernity. Advertising in Twentieth-Century Germany, Durham 2007, S. 1–26.

Dies. (Hrsg.), Selling Modernity. Advertising in Twentieth-Century Germany, Durham 2007.

Sywottek, Jutta, Mobilmachung für den totalen Krieg. Die propagandistische Vorbereitung der deutschen Bevölkerung auf den 2. Weltkrieg, Opladen 1976.

Taylor, Alan John Percivale, Politics in the First World War, in: ders., Politics in Wartime and other Essays, Atheneum 1965, S. 11–44.

Ders., Politics in Wartime and other Essays, Atheneum 1965.

Taylor, Philip M. (Hrsg.), Allied Propaganda in World War II. The Complete Record of the Political Warfare Executive (FO 898), Reading 2003.

Ders., ‚If War Should Come' – Preparing the Fifth Arm for Total War 1935–1939, in: JCH 16 (1981), S. 27–51.

Ders., Munitions of the Mind. A History of Propaganda from the Ancient World to the Present Era, Manchester ³2003.

Ders., The Fourth Arm and the Fourth Estate. Psychological Operations and the Media, in: Mark Connelly und David Welch (Hrsg.), War and the Media. Reportage and Propaganda, London 2007, S. 251–263.

Taylor, Richard, Capt. G. Muirhead-Gould DSC RN, in: Naval Historical Collectors and Resarch Association Review 16 (2003), online unter http://www.nhcra-online.org/20c/gould.html, zuletzt geprüft am 13. 9. 2013.

Thamer, Hans-Ulrich, Die Erosion einer Säule. Wehrmacht und NSDAP, in: Rolf-Dieter Müller und Hans-Erich Volkmann (Hrsg.), Die Wehrmacht. Mythos und Realität, München 1999, S. 420–435.

Theis-Berglmair, Anna Maria, Organisationskommunikation, in: Günter Bentele, Hans-Bernd Brosius und Otfried Jarren (Hrsg.), Öffentliche Kommunikation. Handbuch der Kommunikations- und Medienwissenschaft, Wiesbaden 2003, S. 565–575.

Dies., Organizational Communication and Public Relations. A Conceptual Framework for a Common Ground, in: Ansgar Zerfass, Betteke van Ruler und Krishnamurthy Sriramesh (Hrsg.), Public Relations Research. European and International Perspectives and Innovations, Wiesbaden 2008, S. 111–123.

Thiels, Christian, Krieg zur Primetime. Führen im Medienzeitalter, in: Hans-Christian Beck und Christian Singer (Hrsg.), Entscheiden, Führen, Verantworten. Soldatsein im 21. Jahrhundert, Berlin 2011, S. 200–207.

Thoß, Bruno, Die Zeit der Weltkriege. Epochen- als Erfahrungseinheit?, in: ders. und Hans-Erich Volkmann (Hrsg.), Erster Weltkrieg, Zweiter Weltkrieg. Ein Vergleich, Paderborn 2002, S. 7–32.

Ders. und Hans-Erich Volkmann (Hrsg.), Erster Weltkrieg, Zweiter Weltkrieg. Ein Vergleich, Paderborn 2002.

Towle, Philip, The Debate on Wartime Censorship in Britain 1902–1914, in: Brian Bond und Ian Roy (Hrsg.), War and Society. A Yearbook of Military History (Bd. 1), London 1975, S. 103–116.

Ueberschär, Gerd R., Generaloberst Franz Halder. Generalstabschef, Gegner und Gefangener Hitlers, Göttingen 1991.

Uhle-Wettler, Franz, Alfred von Tirpitz in seiner Zeit, Graz 2008.

Ders., Erich Ludendorff in seiner Zeit. Soldat – Stratege – Revolutionär. Eine Neubewertung, Berg ²1996.

Ullman, Richard H., The Anglo-Soviet Accord (Anglo-Soviet Relations. 1917–1921, Bd. 3), Princeton 1972.

Uziel, Daniel, Blick zurück auf den vergangenen, Planung für den kommenden Krieg. Die Entwicklung der deutschen militärischen Propaganda, in: Bruno Thoß und Hans-Erich Volkmann (Hrsg.), Erster Weltkrieg, Zweiter Weltkrieg. Ein Vergleich, Paderborn 2002, S. 301–322.

Ders., The Propaganda Warriors. The Wehrmacht and the Consolidation of the German Home Front, Oxford 2008.

Uzulis, André, Deutsche Kriegspropaganda gegen Frankreich 1939/40, in: Jürgen Wilke (Hrsg.), Pressepolitik und Propaganda. Historische Studien vom Vormärz bis zum Kalten Krieg, Köln 1997, S. 127–171.

Verhey, Jeffrey, Some Lessons of the War. The Discourse on Propaganda and Public Opinion in Germany in the 1920s, in: Bernd Hüppauf (Hrsg.), War, Violence and the Modern Condition, Berlin 1997, S. 99–118.

Ders., The Spirit of 1914. Militarism, Myth and Mobilization in Germany, Cambridge 2006.

Vietsch, Eberhard v., Bethmann Hollweg. Staatsmann zwischen Macht und Ethos, Boppard am Rhein 1969.

Vogel, Jakob, Lernen vom Feind. Das Militär als Träger des deutsch-französischen Kulturtransfers im 19. Jahrhundert, in: François, E., et al. (Hrsg.), Marianne – Germania. Deutsch-französischer Kulturtransfer im europäischen Kontext. Les transferts culturels France-Allemagne et leur contexte européen 1789–1914, Leipzig 1998, S. 93–110.

Vogelsang, Thilo, Neue Dokumente zur Geschichte der Reichswehr 1930–1933, in: VfZ 2 (1954), S. 397–436.

Voigtlander, Karl A. von, The War for Words, in: Army Information Digest 8 (1953), S. 54–59.

Volkmann, Hans-Erich, Von Blomberg zu Keitel. Die Wehrmachtführung und die Demontage des Rechtsstaates, in: Rolf-Dieter Müller und Hans-Erich Volkmann (Hrsg.), Die Wehrmacht. Mythos und Realität, München 1999, S. 47–65.

Walle, Heinrich, Moltke, Helmuth Graf von, in: Neue Deutsche Biographie 18 (1997), S. 17 f., online unter http://www.deutsche-biographie.de/pnd118854801.html, zuletzt geprüft am 11. 9. 2012.

Region Walter, Dierk, Zwischen Dschungelkrieg und Atombombe. Britische Visionen vom Krieg der Zukunft 1945–1971, Hamburg 2009.

Warner, Philip, Field Marshal Earl Haig, London 2001.

Ders., Kitchener. The Man Behind the Legend, London 1985.

Warnke, Martin, Die Organisation staatlicher Bildpropaganda im Gefolge des Ersten Weltkrieges, in: Hans-Jörg Czech und Nikola Doll (Hrsg.), Kunst und Propaganda im Streit der Nationen 1930–1945, Dresden 2007, S. 22–27.

Watson, Alexander, Enduring the Great War. Combat, Morale and Collapse in the German and British Armies, 1914–1918, Cambridge 2009.

Weise, Bernd, Fotojournalismus. Erster Weltkrieg – Weimarer Republik, in: Deutsche Fotografie. Macht eines Mediums 1870–1970, hrsg. v. Kunst- und Ausstellungshalle der Bundesrepublik Deutschland. In Zusammenarbeit mit Klaus Honnef, Rolf Sachsse und Karin Thomas, Bonn 1997, S. 72–87.

Weißbuch 2006 zur Sicherheitspolitik Deutschlands und zur Zukunft der Bundeswehr, hrsg. v. Bundesministerium der Verteidigung, Berlin 2006, online über www.bmvg.de zu finden (zuletzt geprüft am 23. 5. 2013).

Welch, David, Germany, Propaganda and Total War, 1914–1918. The Sins of Omission, London 2000.

Ders., Introduction. ‚Winning Hearts and Minds'. The Changing Context of Reportage and Propaganda, 1900–2003, in: Mark Connelly und David Welch (Hrsg.), War and the Media. Reportage and Propaganda, London 2007, S. ix–xxi.

Ders., Mobilizing the Masses. The Organization of German Propaganda During World War One, in: Mark Connelly und David Welch (Hrsg.), War and the Media. Reportage and Propaganda, London 2007, S. 19–46.

Welch, Michael D., Science in a Pickelhaube. British Military Lesson Learning at the RUSI (1870–1900), London 1999.

Wernecke, Klaus, Der Wille zur Weltgeltung. Außenpolitik und Öffentlichkeit im Kaiserreich am Vorabend des Ersten Weltkrieges, Düsseldorf 1970.

Werner, Michael und Bénédicte Zimmermann, Beyond Comparison. *histoire croisée* and the Challenge of Reflexivity, in: History and Theory 45 (2006), S. 30–50.

Dies., Vergleich, Transfer, Verflechtung. Der Ansatz der *Histoire croisée* und die Herausforderung des Transnationalen, in: GuG 28 (2002), S. 607–636.

Wette, Wolfram, Ideologien, Propaganda und Innenpolitik als Voraussetzungen der Kriegspolitik des Dritten Reiches, in: Wilhelm Deist, Manfred Messerschmidt, Hans-Erich Volkmann und Wolfram Wette (Hrsg.), Ursachen und Voraussetzungen der deutschen Kriegspolitik, Stuttgart 1979, S. 23–173.

Wild, Adolf, Ein Demokrat mit nüchternem Sinn – Hellmut von Gerlachs Inneneinsichten zum Ersten Weltkrieg, in: Hellmut von Gerlach, Die grosse Zeit der Lüge. Der Erste Weltkrieg und die deutsche Mentalität, hrsg. v. Helmut Donat und Adolf Wild, Bremen 1994, S. 11–20.

Wilke, Jürgen, Deutsche Auslandspropaganda im Ersten Weltkrieg. Die Zentralstelle für Auslandsdienst, in: ders. (Hrsg.), Pressepolitik und Propaganda. Historische Studien vom Vormärz bis zum Kalten Krieg, Köln 1997, S. 79–125.

Ders., Presseanweisungen im zwanzigsten Jahrhundert. Erster Weltkrieg – Drittes Reich – DDR, Köln 2007.

Ders. (Hrsg.), Pressepolitik und Propaganda. Historische Studien vom Vormärz bis zum Kalten Krieg, Köln 1997.

Wilkinson, Nicholas, Secrecy and the Media. The Official History of the United Kingdom's D-Notice System, London 2009.

Willcox, Temple, Towards a Ministry of Information, in: History 69 (1984), S. 398–414.

Wilson, Trevor und Robin Prior, Maurice, Sir Frederick Barton (1871–1951), in: ODNB, Bd. 37, Oxford 2004, S. 452–455.

Winkler, Heinrich August, Der lange Weg nach Westen. Deutsche Geschichte vom Ende des Alten Reiches bis zum Untergang der Weimarer Republik, München [4]2002.

Wittek, Thomas, The British Press and the Early Weimar Republic. Media Influence or Influenced Media?, in: Frank Bösch und Dominik Geppert (Hrsg.), Journalists as Political Actors. Transfers and Interactions Between Britain and Germany Since the Late 19th Century, Augsburg 2008, S. 74–88.

Wohlfeil, Rainer und Hans Dollinger, Die deutsche Reichswehr. Bilder, Dokumente, Texte. Zur Geschichte des Hunderttausend-Mann-Heeres 1919–1933, Frankfurt am Main 1972.

Wollstein, Günter, Theobald von Bethmann Hollweg. Letzter Erbe Bismarcks, erstes Opfer der Dolchstoßlegende, Göttingen 1995.

Woodward, David R., Field Marshal Sir William Robertson. Chief of the Imperial General Staff in the Great War, Westport 1998.

Ders., Lloyd George and the Generals, London [2]2004.

Zerfass, Ansgar, Betteke van Ruler und Krishnamurthy Sriramesh (Hrsg.), Public Relations Research. European and International Perspectives and Innovations, Wiesbaden 2008.

Ziegler, Philip, Mountbatten. The Official Biography, London [2]1985.

Ziemann, Benjamin, Stimmungsbericht, in: Gerhard Hirschfeld, Gerd Krumeich und Irina Renz (Hrsg.), Enzyklopädie Erster Weltkrieg, Paderborn 2003, S. 868 f.

Zimmer-Wagner, Birgit, Theodor Wolff und der Erste Weltkrieg 1914–1918. Ein Journalist zwischen Anpassung und Rebellion, Frankfurt am Main 2005.

Zimmermann, Clemens, Medien im Nationalsozialismus. Deutschland 1933–1945, Italien 1922–1943, Spanien 1936–1951, Wien 2007.

Zühlke, Raoul (Hrsg.), Bildpropaganda im Ersten Weltkrieg, Hamburg 2000.

Namenregister

Abstract

In the first half of the 20th century, the British and German military leadership learned to use the mass-media in a new way. In working with the media they found agency in situations where they were deprived of their traditional handles, in short: in crises. This summarizes the main result of this study of the cultural history of military-media-relations in Britain and Germany from ca 1900 to ca 1950. The study takes the viewpoint of the military leadership and examines their perceptions and experiences regarding the media and especially their specific strategies in relation to them. Additionally it takes into account the role played by politicians in what can be described as a triangular relationship. The main focus, though, is on the military interacting with the media.

Starting with the media-relations of the rivalling British and German Navies in the years before the First World War, the study demonstrates the differences in the way the media were perceived – and, as a result, treated – by the two militaries. While officers in Germany tended to see journalists as below them, their British counterparts treated them as equals. This difference, a result of broader perceptions rooted in the national cultures, became more prominent later on, especially from the 1930s onwards.

The study also shows that the institutionalization of mediaspecialists within the military – first undertaken by the German Navy – started a dynamic of expansion. Once established, the institutions developed new fields of work for themselves and inspired similar institutions in other branches of the forces. This in turn contributed to a revolution of military-media-relations during the years of the First World War, thereby turning that conflict into a water-shed, after which every arm of the military had its institutionalized mediaspecialists and thought the media indispensable for the preservation of their reputation and the procurement of necessary resources. The mediaspecialists also helped to preserve some experiences of the Great War and to turn the Second World War into a mediawar from the outset. Corresponding mediastrategies were prepared first and foremost by the German military, which sought to improve its capabilities that had been diminished under the Versailles Treaty. It found agency in using the media to stabilize morale at home, fight for resources within the state apparatus, manipulate foreign relations and deceive the enemy – just as its counterpart in Great Britain did.